

## OBJECTIF

Cette formation généraliste prépare à l'exercice de la communication, en entreprises et agences ainsi que dans le cadre d'organisations à vocations diverses : associations, ONG, institutions politiques ou sociales. Le programme permet d'acquérir l'ensemble des connaissances théoriques et méthodologiques nécessaires à l'élaboration et à la mise en œuvre d'une politique de communication.

L'approche théorique, méthodologique et professionnelle animant ce cursus, permet de mieux maîtriser les enjeux et les pratiques de la communication institutionnelle dans un contexte marqué par l'accélération, la digitalisation et l'internationalisation des échanges.

Cette formation a pour but le renforcement des capacités de diagnostic de prise de décision, de conduite et d'évaluation des actions de communication.

## PROGRAMME

### APPROCHES THÉORIQUES

#### DE LA COMMUNICATION DES ORGANISATIONS

##### A. THÉORIES DE L'INFORMATION ET DE LA COMMUNICATION

- L'entreprise médiatisée
- Sociologie des médias
- Approche sémio-anthropologique des espaces de loisir
- Approche critique du design et de la production des interfaces numériques
- L'Europe en frontières
- Philosophie et culture politique française

##### B. STRATÉGIES DE COMMUNICATION DANS L'ENVIRONNEMENT ÉCONOMIQUE ET SOCIAL

- Connaissance des organisations syndicales
- Enjeux économiques contemporains
- Enjeux environnementaux au niveau local
- Communication et développement durable

##### C. ORGANISATIONS, STRUCTURES ET FONCTIONS

- Stratégie et structures des organisations
- RSE et communication responsable

### SPÉCIALISATION PROFESSIONNELLE

#### A. STRATÉGIES DE COMMUNICATION

- Marketing : politique de marque et stratégie
- Stratégies de communication et communication de crise
- Communication humanitaire

#### — PUBLIC

Cadres désirant devenir des professionnels de la communication exerçant dans différents secteurs d'activité

Spécialistes de la communication souhaitant élargir le champ de leurs compétences et accroître leur niveau de responsabilités, afin de favoriser leur évolution professionnelle

#### — PRINCIPAUX DOMAINES D'ÉTUDES

Sciences de l'information et de la communication, sociologie, philosophie, sciences de gestion, sciences politiques

#### — ATOUTS

Diplôme d'État, inscrit au RNCP  
Formation à destination de professionnels (salariés et demandeurs d'emploi)

Promotion de 10 à 20 personnes

Encadrement de haut niveau par des intervenants professionnels et universitaires

Formation pouvant être prise en charge dans le cadre d'un CPF de transition professionnelle

Formation reconnue par les professionnels

Pédagogie interactive et suivi personnalisé

Réseau d'anciens élèves

#### — COMPÉTENCES ACQUISES

Compréhension des contextes et logiques d'action sur un plan économique, social et médiatique

Aptitude à manager des projets innovants en

- Lobbying
- Web communication

## B. COMMUNICATION INSTITUTIONNELLE

- Cultures, territoires et communication
- Communication financière
- Communication interne

## C. RELATIONS AVEC LES PUBLICS

- Relations publiques
- Mécénat culturel
- Communication des associations
- Consommation et association de consommateurs
- Vie politique française
- Communication publique
- Communication des collectivités territoriales
- Relations médias
- Anglais

## OUTILS D'AIDE À LA DÉCISION ET MÉTHODOLOGIES PROFESSIONNELLES

### A. LANGAGES ET COMMUNICATION, LANGUES VIVANTES

- Prise de parole
- Anglais

### B. OUTILS DE DIAGNOSTIC, D'ANALYSE ET D'AIDE À LA DÉCISION

- Droit de la communication
- Gestion des ressources humaines
- Stratégie du plan de communication

### C. MÉTHODOLOGIES PROFESSIONNELLES

- Introduction à la sémiologie et analyse de discours
- Études qualitatives et quantitatives - Études d'opinion et d'images

## MÉMOIRE

- Méthodologie du mémoire
- Séminaires de recherche

## STAGE

## ACCOMPAGNEMENT DE LA FORMATION

- Journée d'accueil : programme, pédagogie, financement, scolarité...
- Insertion professionnelle : dispositifs d'accompagnement
- Formation à la recherche documentaire et aux outils multimédias
- Examens terminaux et contrôle continu
- Évaluation des enseignements

communication corporate ou spécialisée. Management de la communication

### — DÉBOUCHÉS ET MÉTIERS

Directeur ou responsable de communication en organisations (entreprises, agences, institutions, associations)

### — ORGANISATION

Les cours se déroulent de février à juin

Stage de spécialisation obligatoire de 3 mois (ou CDI/CDD)

Mémoire d'étude et de recherche

### — PROGRAMME

500 heures de formation, projets tutorés collectifs et examens. Crédits : 60 ECTS

### — COÛT DE LA FORMATION

**8 600 euros**