

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, 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.

Les différentes méthodes d'analyse, les outils de décision et les techniques étudiés, permettent de développer, dans un souci de cohérence et de complémentarité, des connaissances en communication institutionnelle, stratégie d'entreprise et stratégie d'image, communication interne, diagnostic de communication, conduite d'études, interventions auprès des publics-cibles.

PROGRAMME

UE 0 - INTRODUCTION À LA FORMATION

- Présentation de la formation
- Formation à la recherche documentaire et aux outils multimédias
- Formation et accompagnement professionnel
- Conférences

UE 1 - APPROCHES THÉORIQUES DE LA COMMUNICATION DES ORGANISATIONS

A. THÉORIES DE L'INFORMATION ET DE LA COMMUNICATION

- Théories de l'information et de la communication
- Controverse et polémique dans l'espace public
- Philosophie et culture politique française

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

- Connaissance des institutions : connaissance des organisations syndicales ; enjeux économiques contemporains ; enjeux environnementaux au niveau local
- Communication et développement durable
- Sociologie des médias, diversité et responsabilité des médias

C. ORGANISATIONS, STRUCTURES ET FONCTIONS

- Stratégie et structures des organisations
- RSE et communication responsable

— 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 CIF

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 communication corporate ou spécialisée. Management de la communication

UE 2 - SPÉCIALISATION PROFESSIONNELLE

Gestion des ressources humaines
Marketing : politique de marque et stratégie

A. COMMUNICATION D'ENTREPRISE

- Stratégies de communication et communication de crise
- Lobbying
- Droit de la communication

B. COMMUNICATION INSTITUTIONNELLE

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

C. RELATIONS AVEC LES PUBLICS

- Relations publiques
- Mécénat culturel
- Communication des associations
- Communication et association de consommateurs
- Vie politique française
- Communication des collectivités territoriales
- Relations médias
- Usage journalistique des réseaux sociaux

UE 3 - OUTILS D'AIDE À LA DÉCISION ET MÉTHODOLOGIES PROFESSIONNELLES

A. LANGAGES ET COMMUNICATION

- Introduction à la sémiologie et analyse de discours
- Média training et prise de parole
- Cohésion de groupe
- Présentation des dispositifs d'insertion, atelier de préparation au recrutement, insertion professionnelle
- Anglais

B. MÉTHODOLOGIE DE DIAGNOSTIC

- Études qualitatives et quantitatives - Études d'opinion et d'image
- Stratégie du plan de communication (+ travaux de groupe)

UE 4 - STAGE DE SPÉCIALISATION ET MÉMOIRE

- Méthodologie du mémoire
- Séminaires de recherche

— 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 de 3 mois minimum (ou CDI/CDD)

Mémoire d'étude et de recherche

— PROGRAMME

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

Le programme est constitué de quatre unités d'enseignement

— COÛT DE LA FORMATION

6 400 euros

