

## UE4 : Stage de spécialisation et mémoire (20 crédits)

Le mémoire doit se fonder sur une problématisation apportant des éléments de compréhension d'une situation professionnelle, établir un diagnostic et élaborer des préconisations.

## Diplôme

Le **Master professionnel information et communication**, spécialité Communication des entreprises et des institutions, valide cette formation

Le diplôme du CELSA est délivré aux étudiants qui ont obtenu le Master professionnel.

## Stages et mémoires 2009

### Communication des entreprises et des organisations internationales

Exemples d'entreprises et d'agences

Publicis Conseil – Le Figaro – L'Oréal - I&E Consultants  
– Luis Vuitton – Thales – Fauchon Sa – La Poste – Ambassade d'Australie.

Exemples de fonctions/missions

- Gestion de la communication : conception de la stratégie et des outils de communication.
- Chef de projet Communication Internationale. Elaboration des aspects communicationnels du business plan relatif à l'exportation de l'activité de consulting au Japon et en Corée.
- Mise en oeuvre des exercices de simulation de crise.
- Assistante Media Sociaux. Mise en place d'une stratégie internationale de communication sur les media sociaux et application pour la France.
- Assistant en communication corporate.

Exemples de thèmes de mémoires

- Stratégies et développement du mécénat culturel international. Vers une collaboration originale entre les entreprises et les institutions culturelles ?
- Les Relations Publiques à l'heure des résonances numériques. Pour une posture stratégique et opérationnelle face aux nouveaux protagonistes de l'opinion.
- Les cellules d'étude en agences conseil en communication corporate. Emergence d'une fonction à la croisée des études et de la communication d'entreprise
- Le pari de l'Ecosse. Avec ou sans kilt ? Analyse du «nation branding» de l'Ecosse à destination des investisseurs étrangers sur le marché français.
- La télévision : un monde médiatique en mutation. L'exemple de la déclinaison des chaînes Planète.

### Communication politique et des institutions publiques

Exemples d'entreprises et d'agences

Sanofi Aventis Groupe (France et Grande Bretagne) – Radio France – Assemblée nationale – Mairie de Paris – Publicis conseil – Parlement européen – La chaîne parlementaire Assemblée nationale.

Exemples de fonctions/missions

- Correspondant Spécial à Paris, responsable pour les sujets politiques européens et les sujets économiques.
- Dans le cadre de la stratégie de la campagne de lancement du film en France : recherches et gestion des partenariats tant en France qu'à l'international.
- Travail auprès du candidat Michel Barnier aux élections européennes du 7 juin 2009. Contribution au pôle organisation des événements et des déplacements du candidat. Rédaction de synthèse informative
- Participation aux actions de communication de l'agence, organisations événementielles, publications, presse, conférence. Accueil de délégations, traduction, communication avec les agences en Chine

Exemples de thèmes de mémoires.

- Comment communiquer dans un contexte de confusion entre identité réelle et identité perçue ? L'exemple de la Chambre de Commerce et d'Industrie française à Hong-Kon.
- Monumenta 2008 : un dispositif ministériel de médiation culturelle à destination du grand public.
- Lobbying d'opinion, opinion du lobbying.
- Comment perdre une élection ? Méthodes et analyses. Le cas d'Aulnay-sous-Bois.
- Elections régionales 2004 en PACA : stratégie de campagne et de communication.

## Responsables de la formation

### Universitaires

Nicole d'ALMEIDA, professeur des universités  
Françoise BOURSIN, professeur des universités  
Isabelle Le BRETON, maître de conférences

### Assistants de formation

Chantal GUÉRIN

### Enseignants associés

Jean GAYET, professeur associé, directeur de cabinet auprès du maire de Livry-Gargan  
Jean-Robert MASSIMI, professeur associé, inspecteur général CNFPT  
Stéphane BILLET, maître de conférences associé, président directeur général de Hill and Knowlton

### Informations

site internet : [www.celsa.fr](http://www.celsa.fr)  
téléphone : 01 46 43 76 02

### Inscriptions

site internet : [www.celsa.fr](http://www.celsa.fr)



## Communication des entreprises et des institutions

La communication institutionnelle recouvre le champ des politiques et des problématiques liées à la réputation, à la notoriété ou à l'image des organisations auprès de leurs publics internes et externes.

Les enseignements mettent en lumière les stratégies de communications mises en oeuvre auprès de ces parties prenantes : du personnel aux actionnaires, des clients aux relais d'opinion, tels les médias, les élus et les pouvoirs publics.

Les métiers auxquels cette filière prépare requièrent une solide culture générale et s'exercent soit en agence, en cabinet conseil, en indépendant ou au sein du service de communication d'une entreprise, d'une collectivité territoriale, d'une association, d'une institution publique...

## Organisation des études

Accessible sur concours à bac + 2, le cursus se déroule sur 3 ans (concours spécifique à bac + 4 pour l'accès en Master professionnel 2<sup>e</sup> année), le volume de travail de chaque année correspondant à 60 crédits.

Chaque année comporte deux semestres qui font alterner période d'enseignement au CELSA et stage en entreprise (en France ou à l'étranger) ou séjour d'études à l'étranger et donnent lieu à la rédaction de travaux de recherche : rapport de stage en 1<sup>re</sup> année, travail d'étude et de recherche en 2<sup>e</sup> année et mémoire de recherche appliquée comportant diagnostic et préconisations en 3<sup>e</sup> année. La pédagogie allie cours théoriques, études de cas, enquêtes, mise en situation professionnelle, jeux de stratégie.

# Licence 3<sup>e</sup> année

## Objectifs

Approfondir une formation générale et initier aux métiers de la communication des entreprises et des institutions.

## Programme (400h)

Le programme détaillé de l'enseignement est disponible sur le site internet

### UE 1 : Théories de l'information et de la communication (15 crédits)

- Théories des processus de communication
- Approches socio-historiques des systèmes médiatiques
- Approches épistémologique des SIC

### UE 2 : Sciences humaines, économiques et sociales et communication (15 crédits)

- Linguistique et sémiologie
- Ethnologie, sociologie et cultures
- Débats actuels politique, économie et entreprises

### UE 3 : Dimensions politiques et stratégiques de la communication (20 crédits)

- Les champs professionnels de l'information et de la communication
- Partie optionnelles, histoire du syndicalisme et des relations sociales
- L'émergence de la communication institutionnelle et l'histoire des relations publiques
- La marque entreprise
- Le plan de communication
- La communication des associations

### UE 4 : Information, communication et langages (10 crédits)

- Ateliers : écritures; audiovisuel, informatique et multimédia
- Travail tutoré d'initiation à la recherche
- Langues vivantes : anglais et allemand ou espagnol

## Diplôme

Le diplôme de licence information et communication valide cette année d'études.

# Master 1

## Objectifs

Comprendre le contexte (économique, social et politique) dans lequel sont conduites des politiques de communication ; acquérir les méthodes d'analyse et les principaux outils qui permettent la conception et la mise en oeuvre des actions.

## Programme (331h)

Le programme détaillé de l'enseignement est disponible sur le site internet

### UE 1 : Démarches et méthodes d'analyse de l'information et de la communication (15 crédits)

- Démarches et méthodes d'analyse de l'information et de la communication
- Méthodologie générale de la recherche en sciences de l'information et de la communication ; les méthodes
- Analyses économiques et financières
- Conduite d'une recherche appliquée

### UE 2 : Spécialisation professionnelle : Communication des entreprises et des institutions (15 crédits)

- L'environnement social, politique, juridique et administratif dans l'entreprise
- Les stratégies transversales
- Les communications des entreprises et des institutions : contexte, objectifs et outils

### UE 3 : Information, communication et langages dans le monde contemporain (15 crédits)

- Enquête de terrain
- Langues vivantes (anglais et allemand ou espagnol) et ouverture internationale
- Expression orale
- Stage de qualification ou séjour d'études à l'étranger

### UE 4 : Travail d'étude et de recherche appliquée (15 crédits)

Travail de recherche fondé sur l'élaboration d'une problématique et l'observation d'une situation professionnelle ou l'analyse de corpus.

# Master 2 professionnel

Cette dernière année de formation généraliste et spécialisée développe des compétences professionnelles et l'adaptabilité à long terme. Elle est l'aboutissement d'un parcours de formation qui se décline en deux options .

# Programme

Plus de détails sont donnés sur le site internet.

### UE 1 : Approches théoriques de la communication des organisations (10 crédits)

- Théories de l'information et de la communication et sciences sociales
- Stratégies de communication dans l'environnement économique et social
- Organisations, structures et fonctions

### UE 2 : Spécialisation professionnelle (20 crédits)

#### Option Communication des entreprises et des organisations internationales

##### Objectifs

Consolider les connaissances théoriques, méthodologiques et professionnelles des étudiants et développer leur agilité opérationnelle.

Élargir leur connaissance de l'espace international et des différences culturelles pour les préparer à accompagner la stratégie des entreprises et des organisations (politiques, économiques et sociales) dans un espace physique.

- Relations publiques
- Dimensions internationales et communication des entreprises et des organisations
- Médias et communication internationale
- Marketing et ressources humaines dans l'environnement international

#### Option Communication politique et des institutions publiques

##### Objectifs

Dispenser aux étudiants une connaissance exhaustive des mutations politiques et territoriales actuelles et leurs incidences en termes politiques, économiques, sociaux et culturels.

Apporter les savoir-faire indispensables à la mise en oeuvre de politiques de communication, publique, politique et territoriale dans le cadre français avec une ouverture sur l'Europe.

- Stratégie marketing des territoires
- Plan de communication territorial, gestion des relations
- Economie territoriale, diagnostic et politiques de développement

### UE 3 : Outils d'aide à la décision et méthodologies professionnelles (10 crédits)

- Langages et communication
- Outils de diagnostic, d'analyse et d'aides à la décision
- Conduites des études et élaboration de préconisations