

#### UE 4 : 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.

### Master recherche

Le Master recherche en sciences de l'information et de la communication propose 3 axes destinés à accueillir les étudiants en fonction de leurs thématiques et pose les bases de la conduite d'une recherche.

Pour en savoir plus consulter la rubrique Master recherche sur le site internet.

### Diplôme

Le Master professionnel information et communication, spécialité Management de la communication ou le Master recherche, valide cette formation.

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

Le diplôme du Magistère de communication est délivré aux étudiants ayant suivi les 3 années de formation.

### Stages et mémoires 2009

#### Exemples d'entreprises et d'agences

Orange Amea – Publicis Dialog – Snf – L'oréal – Lancôme parfum et Beauté & cie – Callegari Berville Grey - Ubisoft World Studios - Opinion Valley.

#### Exemples de fonctions/missions

- Elaboration de réflexions stratégiques et de recommandations clients, production d'études relatives à des problématiques de cibles, de marques ou de marchés. Veille stratégique.
- Mise en place de la stratégie de communication interne et élaboration d'un plan d'actions pour optimiser la circulation des informations filiales et corporate.
- Appui à la gestion de projet de solidarité internationale, accompagnement du travail de capitalisation sur le Forum Social Mondial 2009 à Belém. Préparation de journées de travail et de réflexion sur les relations ONGs/Entreprises et la stratégie européenne du CRID.
- Accompagnement des planneurs stratégiques dans leur travail quotidien.
- Participation à la production et aux missions du service de planning stratégique de l'agence.

#### Exemples de thèmes de mémoire

- La différence cosmétique. Les paradoxes de la communication multiculturelle des grandes marques de cosmétique françaises.

- Les représentations des hommes politiques en vacances.
- Comment une marque de produits gourmands de snacking peut-elle s'adapter aux exigences accrues des consommateurs en matière de santé.
- La communication, facteur clé de succès pour une direction informatique ?
- Faire entendre son image : le marketing sonore chez les opérateurs téléphoniques.
- Comment se rendre indispensable dans une organisation qui rend le travail anonyme et les individus interchangeables ?
- "Vous avez...50 messages !" Etude comparée France/Etats-unis sur l'efficacité des campagnes d'e-mail marketing : du courrier électronique noyé dans la boîte e-mail à l'engagement du consommateur, que peuvent encore faire les entreprises ?



## Management de la communication

### Magistère de communication

Créé en 1985, le Magistère est une formation en 3 ans conduisant aux diplômes nationaux de Licence et de Master professionnel ou de recherche. Il confère aussi le diplôme d'université de Magistère de communication.

Le Magistère de communication offre un enseignement approfondi en sciences de l'information et de la communication et en sciences humaines et sociales ainsi que des cours d'application professionnelle adaptés aux différentes problématiques de communication et de management des entreprises et des organisations.

Généraliste pour la stratégie et spécialiste pour l'action, il prépare à l'étude, à la conception et à la gestion des politiques de communication et permet aux étudiants de choisir en dernière année le Master recherche, plus orienté vers la recherche et le développement en communication ou le Master professionnel, option Management de la communication.

Les diplômés exercent leurs fonctions en agence, en cabinet-conseil, dans des institutions publiques et des entreprises.

### 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

## Responsables de la formation

#### Universitaires

Emmanuelle LALLEMENT, maître de conférences  
Francis YAICHE, maître de conférences habilité

#### Assistante de formation

Monique BEUVIN

#### Enseignants associés

Gilbert Abergel, professeur associé,  
Jean-François LEGUAY, professeur associé

#### 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)

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, mises en situation professionnelle, jeux de stratégie.

## Licence 3<sup>e</sup> année

### Objectifs

Approfondir une formation générale et s'initier aux métiers du marketing, de la publicité, de la communication et des ressources humaines.

### Programme (480h)

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

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

- Théorisation des processus de communication
- Approches socio-historiques des systèmes médiatiques
- Approches épistémologiques des SIC

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

- Linguistique et sémiologie
- Ethnologie, sociologie et cultures
- 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 optionnelle : MCI
- Introduction à la démarche marketing
- La communication publicitaire
- Etude de cas
- La création publicitaire

#### UE 4 : Information, communication et langages (20 crédits)

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

#### Module Magistère : Communication des organisations

- Histoire des idées politiques
- Les nouvelles tendances de communication
- Institutions et vie politiques sous la V<sup>e</sup> république
- L'intégration européenne

## Diplôme

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

## Master 1

### Objectifs

Cette 2<sup>e</sup> année a pour objectif l'approfondissement des enseignements de sciences humaines appliquées, complétés par l'approche des différentes problématiques professionnelles de communication, nationales et internationales.

### Programme (408h)

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

#### UE1 : Démarches et méthodes d'analyse de l'information et de la communication (15 crédits)

- Méthodologie générale de la recherche en sciences de l'information et de la communication ; les démarches
- Méthodologie générale de la recherche en sciences de l'information et de la communication ; les méthodes
- Analyses économiques et financières

#### UE 2 : Spécialisation professionnelle : Magistère de communication (15 crédits)

- Marketing stratégique, marketing sectoriel
- Publicité
- Les ressources humaines
- Communication des entreprises et des organisations

#### 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
- 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.

#### Module Magistère : (40h)

- Initiation à la recherche
- Communication politique internationale
- Transformations médiatiques et innovations dans les médias
- Les pratiques d'écriture sur internet

## Master 2

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 différentes, soit le Master professionnel Management de la communication, soit le Master recherche.

## Master 2 professionnel

### Objectifs

L'objectif principal de ce master est de former grâce à une approche pluridisciplinaire et interculturelle des cadres qui puissent être en position de médiation, d'interface entre des groupes par nature très spécialisés et diversifiés.

Ce parcours se décline en deux modalités différentes.

- Modalité classique : enseignements et examens au CELSA entre septembre et fin janvier, stage en entreprise à partir de février pour 6 à 9 mois.
- Modalité en apprentissage : après une période d'intégration de 3 semaines au CELSA, les étudiants verront alterner tout au long de l'année, de septembre à août, des périodes d'enseignement au CELSA et des pratiques professionnelles en entreprise. Ces étudiants bénéficient d'un contrat en apprentissage.

### Programme (399h)

Le programme détaillé de l'enseignement est disponible 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)

- Management des ressources humaines
- Marketing et publicité
- Communication institutionnelle
- Médias et nouveaux médias

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

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