

Grande École rattachée à l'université Paris-Sorbonne, le CELSA mène des recherches et dispense des formations de haut niveau en journalisme, communication, marketing-publicité, médias et ressources humaines. Il conduit aux diplômes de : Licence, Master professionnel, Master recherche, Doctorat, Magistère, et Mastère spécialisé.

LE CELSA EN CHIFFRES

1 à 3 années d'études selon le cursus choisi — 25 étudiants en moyenne par formation — Plus de 800 étudiants par an — Plus de 400 professionnels chargés de cours — 4 000 offres de stages par an — Près de 1 000 offres d'emploi chaque année — 85% des étudiants en poste le sont moins de 2 mois après la formation

JOURNALISME – COMMUNICATION DES ENTREPRISES ET DES INSTITUTIONS –
MANAGEMENT DE LA COMMUNICATION – MÉDIAS ET COMMUNICATION – MARKETING,
PUBLICITÉ ET COMMUNICATION – RESSOURCES HUMAINES ET COMMUNICATION –
RECHERCHE EN SCIENCES DE L'INFORMATION ET DE LA COMMUNICATION –
JOURNALISME – COMMUNICATION DES ENTREPRISES ET DES INSTITUTIONS –
MANAGEMENT DE LA COMMUNICATION – MÉDIAS ET COMMUNICATION – MARKETING,
PUBLICITÉ ET COMMUNICATION – RESSOURCES HUMAINES ET COMMUNICATION –
RECHERCHE EN SCIENCES DE L'INFORMATION ET DE LA COMMUNICATION –
JOURNALISME – COMMUNICATION DES ENTREPRISES ET DES INSTITUTIONS –
MANAGEMENT DE LA COMMUNICATION – MÉDIAS ET COMMUNICATION – MARKETING,
PUBLICITÉ ET COMMUNICATION – RESSOURCES HUMAINES ET COMMUNICATION –
RECHERCHE EN SCIENCES DE L'INFORMATION ET DE LA COMMUNICATION –

FORMATION INITIALE

CLASSIQUE
ET APPRENTISSAGE

OFFRE DE FORMATION INITIALE

	COMMUNICATION DES ENTREPRISES ET DES INSTITUTIONS	MANAGEMENT DE LA COMMUNICATION	MARKETING, PUBLICITÉ ET COMMUNICATION	MÉDIAS ET COMMUNICATION ⁽¹⁾	RE ET
OBJECTIFS	Mettre en œuvre des politiques de communication	Former des généralistes de la communication pour la stratégie et des spécialistes pour l'action	Former des professionnels du marketing et de la communication marchande polyvalents et innovants	Former des professionnels de la communication polyvalents et conscients des transformations médiatiques	For des
PROGRAMMES LICENCE 3	Approfondir une formation généraliste et initier aux métiers de la communication	Approfondir une formation généraliste et initier aux métiers des différents domaines de la communication	Approfondir une formation généraliste et initier aux métiers de la communication	Approfondir une formation généraliste et initier aux métiers de la communication et des médias	Apr gé des la c
MASTER 1	Comprendre le contexte économique, social et politique dans lequel sont conduites des politiques de communication. Acquérir les méthodes d'analyse et les principaux outils permettant la conception et la mise en œuvre des actions	Acquérir les méthodologies des sciences humaines et sociales, des sciences de l'information et de la communication et les méthodologies professionnelles de la communication Approche et approfondissement des problématiques de la communication dans le contexte de la mondialisation	Comprendre la communication opérationnelle et plurimédia et le contexte économique, organisationnel symbolique Maîtriser les principaux outils d'analyses quantitative et qualitative du marché et des communications	Acquérir une connaissance approfondie des médias et une connaissance approfondie des métiers de la communication en rapport avec les médias.	Apr du et pol hu mé ma me pol
MASTER 2	3 options possibles : <ul style="list-style-type: none"> • Communication des entreprises et des organisations internationales (CEOI) • Communication politique et des institutions publiques (CPIP) • Risques, opinion et stratégies de communication (ROSC, en apprentissage) 	2 options possibles : <ul style="list-style-type: none"> • Management de la communication • Management de la communication (en apprentissage) 	3 options possibles : <ul style="list-style-type: none"> • Communication stratégique et marketing (CSM) • Stratégies de marque et branding (SMB) • Stratégies de marque et branding (SMB en apprentissage) 	3 options possibles : <ul style="list-style-type: none"> • Communication et technologie numérique (CTN) • Médias informatisés et stratégies de communication (MISC) • Communication, marketing et management des médias (C3M) 	2 o • • • •
CONDITIONS D'ACCÈS	Licence 3 ^e année : admission sur concours, à Bac+2 (limite d'âge : 23 ans) ⁽²⁾ Master 2 ^e année : admission sur concours, à Bac+4				
DIPLÔMES	Licence et Master Professionnel information et communication				
DÉBOUCHÉS	Les métiers s'exercent en agence, en cabinet conseil, en indépendant ou au sein du département de communication d'une entreprise, d'une organisation internationale, d'une collectivité territoriale, d'une association ou d'une institution privée	Les métiers s'exercent en agence, en cabinet-conseil, dans des institutions publiques et des entreprises pour tous les domaines de la communication	Option CSM : Les métiers s'exercent en agence, dans les sociétés d'études et de conseil, les régies publicitaires, l'annonceur en communication : chef de publicité, planneur stratégique, chargé d'études qualitatives, conseil en stratégies média Option SMB : chez l'annonceur en marketing et communication, en cabinet conseil et en agence : chef de produit, chef de marque, consultants en stratégies de marque, directeur de clientèle, responsable de communication et marketing.	Options CTN et MISC : conseil, conception et conduite de projets multimédias innovants ; création d'entreprise Option C3M : conseil pour les médias dans leurs stratégies de développement	4 g • • • •

(1) Le CELSA et l'IUFM proposent en 1^{re} année un Master professionnel, spécialité Médias et communication, option Métiers de professeur documentaliste et en 2^e année un

(2) Accès particuliers : candidats aux concours des ENS ; étudiants L1 et L2 Paris-Sorbonne 4 [histoire, géographie, lettres, philosophie, sociologie, LEA].

(3) Accès particuliers : candidats aux concours des ENS.

RESSOURCES HUMAINES ET COMMUNICATION	JOURNALISME	RECHERCHE ⁽¹⁾	MASTÈRE SPÉCIALISÉ
Former au management des ressources humaines	Former des généralistes du journalisme	Former à la recherche théorique et à la recherche appliquée	
Approfondir une formation générale et initier aux métiers des ressources humaines et de la communication			
Approfondir la connaissance du contexte socio-économique et communicationnel des politiques de ressources humaines et acquérir les méthodes d'analyse et la maîtrise des outils pour mettre en œuvre et suivre ces politiques	Approfondir une culture générale et s'initier aux métiers du journalisme. Connaître l'entreprise de presse et réfléchir sur la déontologie et sur les pratiques du journalisme. Rédiger des journaux d'information sur les différents supports de presse		
2 options possibles : • Ressources humaines et communication (RHC) • Ressources humaines et communication (RHC en apprentissage)	2 options possibles : • Journalisme • Journalisme et innovation (en apprentissage)		
	Master 1^{re} année : admission sur concours, à Bac+3 (limite d'âge 24 ans) ^[3]	Master 2^e année : admission à Bac+4 (projet et entretien)	Mastère spécialisé : admission à Bac+5 (projet et entretien)
	Master professionnel Information et communication	Master recherche en sciences de l'information et de la communication	Mastère spécialisé Innovation et création d'entreprise dans la communication et les médias
4 grands axes : • Politique et gestion RH • Études et développement des ressources humaines • Communication RH et communication interne • Relations sociales et négociations collectives	Presse écrite Presse audiovisuelle Presse multimédia Agences de presse Pigiste en indépendant	Études doctorales	Création d'entreprise dans la communication et les médias

⁽¹⁾ 1^{re} année un Master recherche option Recherche et enseignement en sciences de l'information et de la documentation.

NIVEAUX D'ENTRÉE EN FORMATION INITIALE

