

Objectifs de la formation

Le Master CEIPA entend former des spécialistes de la communication dans les différents secteurs : privé, public et associatif, dans un contexte de mutation de ces formes organisationnelles, en recherchant la pertinence des contenus d'enseignement avec les besoins des entreprises et des professionnels. Il apporte une double formation, théorique et pratique, aux métiers de la communication des organisations : l'enseignement combine l'approche opérationnelle qui permet d'acquérir la maîtrise des outils et des techniques de communication, et l'approche théorique visant la culture générale, l'esprit critique et le sens de l'adaptation qu'exige toute situation de communication.

Compétences visées

Le Master permet d'acquérir, dans le champ de la communication organisationnelle, des compétences variées, susceptibles d'être sollicitées dans divers environnements et secteurs, et à des niveaux d'autonomie et de responsabilité élevés. Ces compétences permettent d'être en mesure de formuler des diagnostics, de mettre en place des politiques de communication, de développer des stratégies tout en utilisant les techniques et les outils de communication.

La formation vise en effet à savoir :

- concevoir et mettre en place des stratégies de communication ;
- manager des projets communicationnels ;
- utiliser les différents moyens et supports de communication à destination des cibles ;
- évaluer les actions de communication ;
- maîtriser les outils théoriques et les méthodes de recherche en Sciences de l'Information et de la Communication ;
- développer des compétences rédactionnelles ;

- mener une analyse réflexive et critique autour d'une problématique communicationnelle ;
- maîtriser l'anglais dans son approche professionnelle.

Débouchés

La fonction communication développée dans la formation intéresse l'ensemble des secteurs professionnels : secondaire (industrie, entreprises de production...), tertiaire (banque, assurance, administration, industries culturelles...); aussi bien dans le secteur privé (grandes entreprises, PME, cabinets de conseil...) que le secteur public (collectivités territoriales, ministères, organismes publics et parapublics...) et associatif (associations et organisations non gouvernementales : culturelles, humanitaires, environnementales...).

Les deux années de formation préparent aux fonctions de Chargé(e) de communication, Chargé(e) de mission en communication, Responsable de communication, Consultant(e) en communication, Conseiller(ère) en communication et de Chargé(e) d'études.

Il est possible de poursuivre en doctorat en Sciences de l'Information et de la Communication afin de réaliser une thèse. L'étudiant est alors intégré au LabSIC (Laboratoire des Sciences de l'Information et de la Communication).

Admission des candidats

Les candidats à l'entrée du Master 1 doivent être titulaires d'un diplôme de niveau Bac+3 :

- de Licence (L3), principalement en Sciences de l'Information et de la Communication mais aussi en Sciences humaines et sociales (Sociologie, Sciences politiques, Sciences du langage, Psychologie, Histoire, Gestion, Économie), en Philosophie, en Lettres, en Langues ou en Droit ;
- d'une classe préparatoire aux grandes écoles Lettres ou Lettres et sciences sociales avec équivalence en L3 ;

- d'une école de commerce ou d'ingénieur ;
- d'une Licence professionnelle en Communication des entreprises.

L'accès en Master 2 est possible pour les candidats titulaires d'une Maîtrise ou d'un Master 1.

Des professionnels justifiant de trois années d'expérience en entreprise dans le cadre des procédures de VAP (validation des acquis professionnels) ou de VAE (validation des acquis de l'expérience) peuvent également se porter candidats.

Programme de la formation

Le Master est proposé à plein temps sur deux ans. En première année (M1), les cours se déroulent de fin septembre à fin février, du lundi au vendredi. En seconde année (M2), ils ont lieu de fin septembre à fin janvier, du lundi au vendredi également. Les enseignements prennent la forme de cours magistraux ou de travaux dirigés, dispensés à la fois par des enseignants-chercheurs et des professionnels de la communication.

En M1, un stage obligatoire de trois mois minimum se déroule sur la période mars, avril, mai. En M2, le stage obligatoire est de six mois (de début février à fin juillet).

En Master 1 et en Master 2, les étudiants réalisent un travail personnel de recherche, dont le stage constitue le terrain privilégié d'observation, et qui donne lieu à une soutenance orale. En Master 1, il s'agit d'un rapport d'analyse, dont la note est attribuée suite à la soutenance (fin juin); en Master 2, il s'agit d'un mémoire qui fait également l'objet d'une soutenance devant un jury (fin septembre) et qui conditionne l'obtention du diplôme.

L'ensemble du programme des deux années de Master est fondé sur le principe d'une complémentarité entre, d'une part, des approches théoriques, académiques de la communication organisationnelle, et d'autre part, des approches professionnelles et opérationnelles.

ENSEIGNEMENTS

M1	Semestre 1	UEF 1 Méthodologie de la recherche et outils pratiques (10 ECTS)	Semestre 2
		UEP 1 Fonctions et techniques de la communication dans les organisations (8 ECTS) UEP 2 Approches du monde associatif, des organismes publics et des entreprises (7 ECTS) UEP 3 Utilisation des technologies et traitement de l'information (5 ECTS)	
M2	Semestre 3	UEF 2 Stage et rapport d'analyse (15 ECTS)	Semestre 4
		UEP 4 Communication publicitaire et marketing (5 ECTS)	
		UEP 5 Évolutions des organisations et communication interne (5 ECTS)	
		UEP 6 Anglais (5 ECTS)	
		UEF 1 Projet professionnel de communication (10 ECTS)	
		UEP 1 Enjeux de la communication politique (5 ECTS)	
UEP 2 Communication de l'État et des collectivités territoriales (5 ECTS)	Semestre 4		
UEP 3 Stratégies de la communication d'entreprise (5 ECTS)			
UEP 5 Communication dans l'environnement international (5 ECTS)			
UEF 2 Stage et mémoire de recherche (20 ECTS)			
		UEF 3 Accompagnement à l'insertion professionnelle (5 ECTS)	
		UEP 4 Politiques d'image et de management (5 ECTS)	

ACCÈS AU CAMPUS

En voiture

> À partir de Paris Porte de la Chapelle
 Autoroute A1 [direction Lille]
 Sortie N° 2 (Saint-Denis – Stade de France) puis direction Villetaneuse Université.

En transports en commun

> Depuis Paris
 – Train ligne H, de la Gare du Nord (quais 30 à 36), jusqu'à la gare d'Épinay-Villetaneuse. Sortie côté Villetaneuse puis Tramway T11 [direction Le Bourget] jusqu'à l'arrêt Villetaneuse-Université. ou bus 361 [direction Gare de Pierrefite-Stains RER] jusqu'à l'arrêt Université Paris 13. – Tramway T8, arrêt Jean Vilar.

> Depuis le campus de Saint-Denis
 Bus 256 [direction Gare d'Enghien], arrêt Carnot.

> Depuis le campus de Bobigny
 Tramway T1 [direction Gare de St-Denis], jusqu'à Marché de Saint-Denis puis Bus 256 [direction Gare d'Enghien], arrêt Carnot.

Contacts

UFR Sciences de la Communication

Université Paris 13
 99, avenue Jean-Baptiste Clément
 93430 Villetaneuse

Secrétariat pédagogique

Bureau G208
 01 49 40 32 72
 master.ce@univ-paris13.fr

Responsable de la formation

Amaia ERRECART
 Bureau F210
 amaia.errecart@univ-paris13.fr

Chargée de projet Formation continue et Apprentissage

Isabelle AURIEL
 Bureau G214
 isabelle.auriel@univ-paris13.fr

master

Communication des entreprises, des institutions publiques et des associations

Formation par la voie initiale, ouverte à la formation continue

Mention
Communication des organisations