

MASTER

Communication des organisations**Métiers de la Communication corporate, politique et numérique**

Ce master allie une formation théorique dans le domaine des humanités à une logique de professionnalisation. Il prépare les étudiants aux métiers de l'information et la communication selon une inclination à la fois stratégique, politique et opérationnelle. Ce master forme des « politistes » de la communication en capacité de définir des stratégies de communication sociale avec l'aide notamment des nouveaux médias et d'en assurer l'opérationnalité. Cette formation prend en compte les évolutions récentes des métiers de la communication et y répond. Elle aide les étudiants à se projeter et à s'insérer au sein d'une profession en mutation.

Domaine :

Sciences humaines et sociales

Mention :

Communication des organisations

Parcours :

Métiers de la communication corporate, politique et numérique

**Direction :****M1 : Romain Huët**

Anthropologue et maître de conférence en sciences de la communication à l'université de Rennes-2, Romain Huët est chercheur titulaire au sein du laboratoire PREFICS et chercheur associé à la FMSH, ses recherches portent sur le rapport entre souffrance et luttes sociales.

**M2 : Bertrand Le Ficher**

Après 30 ans d'expérience en communication et médias, où il a dirigé des programmes télévisés, créé et dirigé des sociétés numériques et conseillé des dirigeants, Bertrand Le Ficher a pris la direction du M2 pour transmettre son expertise et former les futures générations de professionnels.

Publics concernés

- étudiants titulaires d'une licence en communication (obtenue à l'ICP ou dans une autre université)
- étudiants titulaires d'une licence Art-Lettres-Langues
- étudiants titulaires d'une licence en Sciences humaines et sociales

Compétences acquises et transférables

- maîtrise des concepts, des théories, de la méthodologie et des techniques d'enquête et de traitement des données en sciences de l'information et de la communication et dans le champ plus large des sciences humaines et sociales
- connaissances critiques quant au fonctionnement et aux changements vécus dans les sociétés modernes
- compréhension des grands enjeux sociaux actuels, en particulier liés à l'avènement des technologies numériques et aux recompositions organisationnelles et plus largement sociétales qu'elles contribuent à engendrer
- la maîtrise des théories et des méthodologies propres aux sciences de l'information et de la communication occupe une place centrale dans ce programme
- aptitudes à appréhender les enjeux techniques, juridiques, économiques, financiers, organisationnels et humains des projets et innovations dans les TIC

Équipe pédagogique

L'équipe est composée d'enseignants chercheurs spécialisés dans le domaine de la communication, du numérique, et de la politique. La moitié du corps enseignant est composé de professionnels réputés dans leur domaine : consultant, directeur de la communication au sein de grands groupes ou consultants en agence de stratégie d'entreprises et de communication.

Débouchés professionnels

Le cursus forme des politistes de la communication, c'est-à-dire des professionnels en capacité de réfléchir les stratégies de communication et d'en accompagner le déploiement que ce soit dans les domaines de la communication politique, territoriale, corporate ou événementielle.

- relations publiques
- chargé d'études
- media planner
- chef de projet communication
- consultant développement durable
- lobbyiste
- collaborateur parlementaire

Les + de la formation

- ouverture à de nouveaux enseignements en lien avec les mutations professionnelles (Intelligence Artificielle, communication de risques et de crises, controverses et polémiques dans l'espace public, etc.)
- une formation pointue aux nouveaux médias et à leurs effets sur les formes traditionnelles de la communication
- une formation intellectuelle particulièrement exigeante et ouverte sur plusieurs disciplines des sciences humaines et sociales
- une incitation continue au travail collaboratif au cours de mises en situation professionnelle et lors de la rédaction d'un mémoire de recherche collectif

Parole d' alumni

« Ce master prend en compte les évolutions de la pratique du numérique dans les mutations des pratiques professionnelles en communication. Le M1 est assez théorique, chaque cours a des thématiques différentes ce qui permet de balayer tous les métiers de la communication. Cela nous sert pour les enseignements plus professionnels et les travaux de groupes : avoir une double vision théorie et pratique est très pertinente. »

Quentin



EDUNIVERSAL
CLASSÉMENT 2024
MASTERS DES M&A

Classée 15^{ème}
★ ★ ★

100 % des diplômés sont en poste 5 mois en moyenne après l'obtention du diplôme (enquête CSA 2022- promotion 2020).



Faculté :

Faculté de Sciences sociales, d'Économie et de Droit (FASSED)

Stages

- M1 5 à 6 mois
- M2 5 à 6 mois

Admission

Candidature sur monmaster.gouv.fr

Validation

120 crédits ECTS pour les deux années de master (30 crédits ECTS / semestre)

Contacts

Courriel : hub@icp.fr

Tél : 01 86 47 27 75

Diplôme Master

Attestation de réussite au M1 sous forme de relevé de notes.
Le diplôme de master est délivré à l'issue du M2.

Frais de scolarité 2022-2023

M1 : de 4 060 € à 6 730 €

M2 : de 4 720 € à 7 410 €

L'ICP adapte ses tarifs aux situations de ressources de chacun.

Enseignements et stages

		Volumes horaires	ECTS
S1 : 323h - 30 ECTS			
Fondamentaux théoriques et institutionnels	Droit de la communication	21h	2
	Les concepts fondamentaux de la communication (grands courants de pensées en communication : principales notions)	12h	2
	Veille et analyse de l'information médiatique	24h	2
	Éthique et déontologie. Communication et expérience de la démocratie	24h	2
Communication politique et communication des entreprises	Management de la communication et conduite du changement	24h	2
	Théories des relations publiques et de la communication institutionnelle	12h	1
	Communication interculturelle	12h	1
	Les fondamentaux du marketing et études de cas	24h	1
	Mutation des communications : communication environnementale et responsabilité sociale des entreprises	12h	1
	Analyse des discours politiques	12h	1
Communication numérique et nouveaux médias	Communication en contexte de risques et de crises	14h	1
	Rebâtir sa stratégie de communication à l'ère digitale	24h	2
	Technologie, communication et société	24h	4
	Intelligence artificielle - usages, impacts et perspectives	12h	1
	Communication politique	12h	1
Méthodologie et langues	Méthodologie des travaux universitaires	12h	2
	Méthodes d'études numériques	12h	1
	Accompagnement à la recherche de stages	6h	-
	Connaissances du secteur professionnel et études de cas	6h	1
	Pratiques d'écriture	9h	1
	Anglais professionnel	24h	2
S2 : 30 ECTS			
Stage + Mémoire/Soutenance			30
S3 : 336h - 30 ECTS			
Communication numérique	Intelligence Artificielle : impacts, enjeux pour la communication	12h	2
	Histoire et anthropologie de l'internet et du numérique	12h	2
	Nouveaux médias, analyse des pratiques et des usages	12h	2
Communication politique et développement des territoires	Communication financière, communication actionnariale	12h	2
	Stratégies de communication publique et politique	10h	1
	Consulting en communication	24h	2
	Stratégies de communication corporate	12h	1
	Communications publicitaires	24h	2
	<i>International corporate communication stratégies</i>	12h	1
Stratégies de communication en divers contextes professionnels	Communication politique et lobbying	12h	1
	Cultures, territoires, communication	12h	1
	Management et ressources humaines	12h	1
	Community manager : introduction à la mise en réseaux	12h	1
Méthodologies professionnelles	Budget et décisions de communication	12h	1
	Analyse systémique de la communication, des contenus et des médias	12h	1
	Analyse systémique de la communication, des contenus et des médias	12h	1
	Etudes prospectives	12h	1
	Media planning	12h	1
	Méthodologie de l'étude-conseil	12h	2
	Écritures professionnelles	12h	1
	Suivi de l'étude de cas : réponses à un appel d'offre professionnel	24h	2
	Web communication : création de sites internet	18h	1
Outils et techniques de communication	Design graphique, PAO	18h	1
	Accompagnement à la recherche de stages et situations professionnelles	3h	-
	Community management	12h	1
S4 : 30 ECTS			
Stage et soutenance		-	30