

La communication des entreprises et des institutions concerne les problématiques liées à la place et à la notoriété des organisations auprès de leurs publics internes et externes. Les enseignements explorent les stratégies de communication mises en œuvre auprès de ces différents publics : collaborateurs, actionnaires, clients, relais d'opinion, grand public, médias, élus, pouvoirs publics etc.

Les métiers auxquels ce parcours prépare requièrent une solide culture générale et s'exercent en agence, en cabinet conseil, au sein du département de communication d'une entreprise, d'une organisation internationale, d'une collectivité territoriale, d'une association, d'une institution publique....

## MASTER 1

L'objectif premier est de saisir l'importance des contextes (socio-économique, politique, culturel...) dans lesquels s'élaborent et se déploient les stratégies de communication des entreprises et institutions. Il est ensuite d'acquérir les méthodes d'analyse et le maniement des principaux outils qui permettent la conception et la mise en œuvre de ces stratégies.

### ENTRÉE

Être titulaire de la Licence Information et communication du CELSA  
Pas de concours d'entrée en Master 1

### ORGANISATION DES ÉTUDES

Cours de septembre à fin janvier  
360 h, 60 crédits ECTS, 4 unités d'enseignement  
Stage, séjour d'étude à l'étranger de 3 à 6 mois ou semestre d'études au Centre Michel-Serres ou à l'ENSCI.

#### → EXEMPLES DE STAGES

##### Entreprises :

BDDP & Fils – Fédération internationale de l'automobile – Burson Marsteller IdF – Havas Worldwide Paris – Havas Medias France – BNF Partenariat – Commission Européenne – Warner Bros Entertainment France – Agence Ogilvy Public Relations – Hermès International – TBWA Paris

##### Fonctions / missions :

Chargé de missions communication  
Consultant junior  
Chargé de communication interne  
Assistant veille médiatique et stratégique  
Chargé d'organisation d'événements

**DU** (diplôme universitaire) « Sociétés, cultures et pratiques professionnelles » : possibilité d'une année à l'étranger (entreprise ou université) avant ou après le Master 2.

**Année de césure** : possibilité de réaliser un projet ou vivre une nouvelle expérience en France ou à l'étranger, avant le Master 2.

## MASTER 2

Cette formation spécialisée développe des compétences professionnelles permettant d'atteindre, au-delà de la maîtrise des outils, le niveau de la conception proprement dite des stratégies de communication. Elle est l'aboutissement d'un cursus qui se décline en 3 options.

### ENTRÉE

Être titulaire du Master 1 CELSA ou sélection sur dossier à bac + 4, puis entretien avec un jury.

### ORGANISATION DES ÉTUDES

Cours de septembre à fin janvier  
400 h, 60 crédits ECTS, 4 unités d'enseignement  
Stage de 3 à 6 mois

### OPTION

#### MASTER ENTREPRISES, INSTITUTIONS ET CORPORATE

**Objectif** : consolider les connaissances théoriques, méthodologiques et professionnelles des étudiants en communication des entreprises et organisations, et développer leur agilité opérationnelle à l'international.

Élargir leur connaissance pour leur permettre d'accompagner les mutations et innovations technologiques qui reconfigurent aujourd'hui ce champ professionnel.

Le Certificat des conseillers du commerce extérieur de la France (CCEF) est délivré dans le cadre de ce Master.

#### → EXEMPLES DE STAGES

##### Entreprises :

Bosch – TBWA – Publicis – Moët – Airbus – Unesco – Palais de Tokyo – Ubisoft

##### Fonctions / missions :

Chargé de communication – Consultant junior – Assistant planneur stratégique – Chef de projets digitaux

#### → EXEMPLES DE MÉMOIRES

L'entreprise à l'ère de la transformation digitale : le réseau social d'entreprise.

La marque auteur et ses conséquences sur la marque éditeur.  
L'ouverture communicationnelle de l'industrie pharmaceutique auprès du grand public.

## MASTER 2 (suite)

### → EXEMPLES DE DÉBOUCHÉS ET MÉTIERS

Consultant en relations publiques – Responsable de communication interne – Chargé de communication spécialisée (financière, de crise, RSE...)

### OPTION

#### MASTER ENTREPRISES, INSTITUTIONS ET POLITIQUE

**Objectif :** En prenant appui sur les fondamentaux du fonctionnement des institutions françaises et européennes, ce master enseigne les principes et techniques de la communication politique et publique. Les cours portent à la fois sur les outils et dispositifs mobilisés, notamment digitaux, et déclinent toutes les problématiques professionnelles de ce champ : études, veille, relations média, stratégies d'influence, communication de crise, affaires publiques, marketing des territoires et des acteurs politiques. L'échelle européenne est bien sûr prise en compte.

Depuis septembre 2019, deux sous options professionnelles de 120 h sont à choisir dans cette formation : soit « Communication des territoires », soit « Communication et vie politique ».

### → EXEMPLES DE STAGES

#### Entreprises :

Instituts de sondage IPSOS, Kantar - Public – Sénat, Assemblée nationale, Matignon, Elysée – Cour de cassation, Conseil d'Etat, Ministère des Armées, de la Justice, Mairie de Paris – Think Tanks (Institut Montaigne, Thinkers & Doers) – Agences Conseil (Publicis Consultants, Havas, Agence 2017) – Facebook, Airbnb

#### Fonctions / missions :

Chargé de communication digitale  
Chargé de relations médias  
Chef de projets et contenus  
Chargé d'études et veille de l'opinion.

### → EXEMPLES DE MÉMOIRES

Les cyberattaques, nouveau défi pour la communication de crise. Le cas SNCF

Le Sénat et l'affaire « Benalla », une opportunité médiatique ?

Le rôle du patrimoine dans la communication de la Cours de cassation

Le service d'information du gouvernement : une communication publique très « politique » ?

L'usage de l'exclusivité dans les relations presse « publiques ». Le cas de la ville de Paris

### → EXEMPLES DE DÉBOUCHÉS ET MÉTIERS

Responsable Relations média – Assistant parlementaire – Lobbyiste – Conseiller en communication digitale en cabinet ministériel – Responsable/Directeur de communication en collectivité territoriale – Consultant en Agence Conseil – Responsable Affaires Publiques en entreprise

### OPTION EN APPRENTISSAGE

#### MASTER ENTREPRISES, INSTITUTIONS ET RISQUE

**Objectif :** comprendre l'évolution de la place des organisations communicantes dans l'espace public et anticiper le phénomène multidimensionnel de risque par une réflexion innovante. Instruire la question de « l'opinion » dans une perspective résolument communicationnelle aux niveaux national et international. Acquérir les méthodologies et outils pour appréhender la dimension tant économique qu'immatérielle de la réputation et de l'image des organisations pour ensuite concevoir les stratégies pertinentes permettant de

les préserver (veille stratégique de l'opinion, lobbying, communication de crise...)

### → EXEMPLES DE MISSIONS D'APPRENTISSAGE

#### Entreprises :

France Télévisions, Radio France – SNCF, TOTAL, AXA, Fondations BNP Paribas ou Hermès – Champagnes KRUG, Moët-Hennessy – Agences conseil Havas, Burson-Marsteller I&E (pôles « crise »/ « Affaires publiques »), Elan-Edelman – Préfecture de police de Paris, Ministère de l'intérieur, Commission Armées-Jeunesse (Ministère des armées), Mairie de Paris

#### Fonctions / missions :

Chargé de communication  
Assistant chargé d'Etudes (analyses stratégiques, audits de réputation, conseil en image)  
Assistant en stratégies d'influence, en management de réputation (e-réputation)  
Veille opérationnelle de l'opinion  
Chargé de communication interne, assistant en communication et gestion de crise

### → EXEMPLES DE MÉMOIRES

Communication et rumeur dans le cadre du déploiement du plan Transform 2015 chez Air France.

Vers une meilleure maîtrise du risque d'image pour les organisations : le cas du Secours Catholique

Communication de crise et mémoire de l'opinion. Une comparaison Société Générale/Costa Croisières

### → EXEMPLES DE DÉBOUCHÉS ET MÉTIERS

Chargé de communication en cellule de crise – Consultant veille concurrentielle – Chef de projet « information des publics » – Community manager – Consultant veille opinion – Consultant e-reputation – Responsable relations institutionnelles

## RESPONSABLES DE FORMATION

### Enseignants-chercheurs :

Nicole d'ALMEIDA, professeure des universités

Juliette CHARBONNEAUX, maître de conférences

Isabelle LE BRETON, maître de conférences

Camille RONDOT, maître de conférences

Inès GARMOND, attachée temporaire d'enseignement et de recherche

### Enseignants associés :

Stéphane BILLIET, professeur associé, directeur général agence WE, administrateur de Syntec

Jean-Noël CHAINTREUIL, professeur associé, directeur général agence Change Factory

Julien MASSIAT, maître de conférences associé, fondateur chez Wehocom

### Coordinatrices administratives et pédagogiques :

Alexandra TANNIOU et Angélique VENTE

## VIE ÉTUDIANTE ET ASSOCIATIVE

**Bureau des élèves :** activités culturelles, humanitaires et sportives (L'Entracte, troupe de théâtre ; FastNCurious, newsletter sur les problématiques de la communication ; CELSA Huma, association caritative ; CELSA Voile...)

**Junior entreprise :** nombreuses missions dans tous les domaines de l'information et de la communication

LES PROGRAMMES DÉTAILLÉS SONT DISPONIBLES SUR LE SITE INTERNET [WWW.CELSA.FR](http://WWW.CELSA.FR)