

Master 1 Entreprises et institutions

À PROPOS DE CE PROGRAMME

Habilitation Nationale

Ce Master est inscrit au RNCP sous le code 38208.

Domaine : Entreprises et institutions

Parcours : Formation initiale

Durée de la formation

12 mois, de septembre à août.

Rythme de la formation

De septembre à fin janvier au CELSA, suivis d'un stage, d'un séjour d'étude à l'étranger de 3 à 6 mois ou d'un semestre d'études à l'ENSCI - Les Ateliers.

Tarif

243€ + CVEC (95€)

Information et contact

Catherine JOLIS

catherine.jolis@sorbonne-universite.fr

Responsable(s) de Formation



SÉBASTIEN APPIOTTI

Maître de conférences

Coordination pédagogique



VESNA KATIC

Coordinatrice pédagogique

PRÉSENTATION

L'objectif premier du master 1 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.

Cette formation comprend une période de stage ou de séjour d'études dans une université étrangère de 3 mois à 6 mois. Ce stage permet à l'étudiant d'appliquer ses connaissances des fonctions de la communication des entreprises et des institutions à un cas concret posé dans l'entreprise d'accueil.

Il est également demandé un travail d'études et de recherche (TER) et un rapport de stage.

PUBLICS

Les **étudiants de formation initiale** ayant suivi l'année de licence 3 parcours Entreprises et institutions au CELSA après réussite au concours d'entrée en Licence.

PROGRAMME

DÉMARCHES ET MÉTHODES D'ANALYSE DE L'INFORMATION ET DE LA COMMUNICATION (15 ECTS)

A. Démarches de la recherche en SIC

- Communication, cultures et territoires
- Analyse des dynamiques politico-médiatiques de la Vème République
- Connaissance des institutions européennes
- Approche communicationnelle des organisations
- Usages et médiations du passé

B. Méthodologie générale de la recherche en SIC : les méthodes et la conduite d'une recherche appliquée

- L'autorité
- Méthodologie des études qualitatives et quantitatives
- Analyse des signes dans la société : sémiologie appliquée
- Méthodologie du TER
- Ethnographie des situations de communication (1) : observer, décrire et écrire

C. Analyses économiques et financières

- Communication non marchande et des associations
- Actualités et politiques économiques
- Outils mathématiques et statistiques
- Marketing

SPÉCIALISATION PROFESSIONNELLE (15 ECTS)

A. Environnement social, politique, juridique et administratif des entreprises et des institutions

- Conduite d'une négociation stratégique en « Codir »
- Communication et risques, approche communicationnelle
- Introduction à la communication publique et politique

B. Stratégies transversales

- Principes du plan de communication
- Design graphique
- Introduction à la communication managériale et interne
- Communication corporate

C. Les communications des entreprises et des institutions : contexte, objectifs et outils

- Relations publics
- Entre annonceur et agence : les trajectoires du communicant
- Critique des stratégies d'influence
- Principes de communication culturelle

D. Langues vivantes (LV1 et LV2)

- Langue vivante 1 : anglais
- Langue vivante 2 : espagnol, allemand, chinois ou arabe

SEMESTRE 2 – 30 ECTS

INFORMATION, COMMUNICATION ET LANGAGES DANS LE MONDE CONTEMPORAIN (15 ECTS)

A. Enquête et pratique de recherche

- Outils de la communication numérique
- Analyse de discours, rhétorique
- Analyse des pratiques et des usages

B. Langues vivantes

- LV1 Anglais
- LV2

C. Ouverture internationale

- Conférence internationale

Possibilité de réaliser un séjour d'études à l'étranger au second semestre avec les universités partenaires.

TRAVAIL D'ÉTUDE ET DE RECHERCHE APPLIQUÉE (15 ECTS)

- Méthodologie de la recherche

ACCOMPAGNEMENT DE LA FORMATION

- Information Diplôme Universitaire DU / Césure / M2 Recherche / M2 CEI
- Présentation partenariat ENSCI/ Centre Michel Serres pour l'Innovation
- Insertion professionnelle, recherche de stage :
- Présentation des dispositifs, orientation, ateliers et forums d'aide à la recherche d'entreprises, coaching individuel, entretiens
- Participation à la JPO (journée portes ouvertes) et aux activités du Bureau des Elèves (BDE) et de la Junior Entreprise

Compétences acquises en formation et débouchés métiers

ADMISSION

Il n'y a pas d'admission possible en 1ère année de master.

Cette option de 1ère année de master n'est ouverte qu'aux étudiantes et étudiants ayant suivi la licence 3 parcours Entreprises et institutions après réussite au concours d'entrée en licence.
