



# Formation initiale 2021

classique et apprentissage

# OFFRE DE FORMATION INITIALE

CELSA COMMUNICATION

## ENTREPRISES ET INSTITUTIONS

## LE MAGISTÈRE

## MARQUE

OBJECTIFS	Former des professionnels à construire et préserver l'image, la notoriété et la réputation des entreprises et des institutions auprès de leurs publics (externes et internes) à l'échelle nationale et internationale	Former des professionnels généralistes de la communication pour la stratégie et des spécialistes pour l'action	Former des professionnels généralistes de la communication spécialisés en stratégies de communication des marques
LICENCE 3	Construire un socle commun en sciences de l'information et de la communication et en sciences humaines		
MASTER 1	Comprendre le contexte économique, social et politique dans lequel sont conduites les stratégies de communication Acquérir les méthodes d'analyse et le maniement des principaux outils permettant la conception et la mise en œuvre de ces stratégies	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	Approfondir une formation généraliste et initier aux métiers de la communication et du marketing Comprendre le contexte économique, culturel, social, organisationnel dans lequel sont conduites les stratégies de communication des marques Maîtriser les principaux outils d'analyse quantitative et qualitative pour les métiers de la communication
DU (Diplôme d'université)	DU Société, culture et pratiques professionnelles : possibilité d'une année de stage		
MASTER 2	<b>3 options :</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Master Entreprises, institutions et corporate</li> <li>Master Entreprises, institutions et politique</li> <li>Master Entreprises, institutions et risque (en apprentissage)</li> </ul>	<b>2 options :</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Master Magistère, management et cultures solidaires</li> <li>Master Magistère, management et cultures créatives (en apprentissage)</li> </ul>	<b>3 options :</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Master Marque et publicité</li> <li>Master Marque et branding</li> <li>Master Marque, innovation et création (en apprentissage)</li> </ul>
DU (Diplôme d'université)	DU Société, culture et pratiques professionnelles : si le DU n'a pas été obtenu		
CONDITIONS D'ACCÈS	Licence 3 <sup>e</sup> année : admission sur concours, à Bac+3 Master 2 <sup>e</sup> année : admission à Bac+4 <sup>(4)</sup> [dossier et entretien]		
DIPLÔMES	Licence et Master professionnel information et communication		
DÉBOUCHÉS	<p><b>Option Corporate :</b> forme à tous les métiers de la communication des entreprises et des organisations (corporate, PR, crise, affaires publiques, conseil, stratégie digitale...)</p> <p><b>Option Vie politique ou Politique et territoires :</b> les métiers concernent le conseil (en agence, au sein d'un cabinet ministériel) ; les relations institutionnelles en entreprise ; les fonctions de communication et relations medias au sein des institutions et organisations politiques, dans les territoires</p> <p><b>Option Risque :</b> les métiers s'exercent en cellule de crise d'une entreprise ou institution, en agence conseil (e-réputation, veille stratégique de l'opinion), en cabinet ministériel, à la direction de la communication d'une grande entreprise</p>	<p>Cette formation transversale sur les métiers de la communication ouvre au conseil et à la conduite des politiques de communication dans le contexte de la mondialisation</p> <p>Les métiers s'exercent en agence, en cabinet-conseil, dans des institutions publiques et des entreprises</p>	<p><b>Option Stratégies de communication :</b> les métiers s'exercent en agence, dans les sociétés d'études et de conseil, les régies publicitaires, dans les départements communication et marketing des entreprises : chef de publicité, planneur stratégique, chargé d'études qualitatives, conseil en stratégies média</p> <p><b>Option Branding :</b> en entreprise dans des départements marketing et communication, en cabinet conseil et en agence : chef de produit, chef de marque, conseil en stratégies de marque et identité de marque...</p> <p><b>Option innovation et création :</b> en entreprise, dans des agences de publicité ou de conseil</p>

(1) Le CELSA et l'INSPÉ proposent en 1<sup>re</sup> année un Master MEEF, mention Enseignement, éducation formation, parcours documentation et en 2<sup>e</sup> année un Master recherche orientation Recherche

(2) Accès particuliers : candidats aux concours des ENS/ENC ; étudiants L2 et L3 voie interne à Sorbonne Université, étudiants de voies passerelles spécifiques. Voir [www.celsa.fr](http://www.celsa.fr).

(3) Accès particuliers : candidats aux concours des ENS/ENC. Voir [www.celsa.fr](http://www.celsa.fr)

(4) Accès particuliers : candidats voie interne Master Recherche Sorbonne Université, voies passerelles spécifiques. Voir [www.celsa.fr](http://www.celsa.fr)

		CELSA JOURNALISME	CELSA RECHERCHE
MÉDIAS	RESSOURCES HUMAINES ET CONSEIL	JOURNALISME	RECHERCHE <sup>(1)</sup>
Former des professionnels généralistes de la communication spécialisés dans les médias et la communication numérique	Former des professionnels du management des ressources humaines et des métiers du conseil conscients des enjeux communicationnels des organisations	Former des journalistes généralistes	Former à la recherche théorique et à la recherche appliquée
et sociales. Initier aux enjeux professionnels de chaque parcours.			
Acquérir une connaissance approfondie des médias et de la communication numérique (veille, accompagnement stratégique, innovation)	Comprendre les enjeux liés au travail et aux organisations Poursuivre l'exploration des métiers des ressources humaines et du conseil Acquérir des méthodologies d'analyse et la maîtrise des outils pour mettre en œuvre les politiques de ressources humaines et de transformation	Approfondir une culture générale et comprendre les enjeux du monde contemporain Développer des approches critiques Connaître les environnements journalistiques Maîtriser les outils, les techniques d'écriture et les formes rédactionnelles et narratives Acquérir des compétences et des techniques numériques	
année à l'étranger (entreprise et/ou université) avant l'entrée en Master 2			
<b>4 options :</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Master Médias et management</li> <li>Master Médias et numérique</li> <li>Master Médias, innovation et création (en apprentissage)</li> <li>CELSA-Mines Communication et technologie numérique</li> </ul>	<b>2 options :</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Master Ressources humaines, management et organisations (en apprentissage)</li> <li>Master Conseil, management et organisations (en apprentissage)</li> </ul>	<b>2 options :</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Master Journalisme</li> <li>Master Journalisme et innovation (en apprentissage)</li> </ul>	<b>1 option :</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Master Recherche et développement en sciences de l'information et de la communication</li> </ul>
été effectué avant le M2, possibilité d'une année à l'étranger (entreprise et/ou université) après le Master 2			
Bac+2 <sup>(2)</sup> (entretien)		<b>Master 1<sup>re</sup> année :</b> admission sur concours, à Bac+3 <sup>(3)</sup>	<b>Master 2<sup>e</sup> année :</b> admission à Bac+4 (projet et entretien)
Communication		<b>Master professionnel Journalisme</b>	<b>Master recherche en sciences de l'information et de la communication</b>
<b>Option Management :</b> les diplômés sont en poste dans l'accompagnement stratégique ou la production médiatique, soit en entreprise médiatique soit en agence conseil spécialisée dans les médias <b>Option Numérique :</b> les métiers relèvent principalement de la veille, du conseil et du pilotage de projets numériques, soit dans des agences conseil soit sans des directions de la communication <b>Option Innovation et création :</b> les diplômés participent à l'ensemble vaste des écritures et des productions médiatiques innovantes, dans des directions de la communication, en entreprise médiatique, dans des entreprises de production <b>Option Technologie numérique :</b> les diplômés élaborent des stratégies de communication numérique et encadrent leur mise en œuvre technique	Les métiers s'exercent au sein d'une grande ou moyenne entreprise, d'une association, d'une administration ou en cabinet <b>Option Ressources humaines :</b> responsable RH, chargé d'études RH, responsable de communication RH, chargé de développement RH, chargé de formation, chargé de la marque employeur, chargé de mission diversité, responsable des relations sociales, chargé de recrutement <b>Option Conseil :</b> consultant en management, consultant en accompagnement du changement, consultant RH, consultant <i>people and change</i>	Les métiers du journalisme s'exercent dans l'ensemble des médias : presse écrite, télévision, radio, presse numérique, société de production, agence de presse  Le métier se décline selon les spécificités des rédactions : journaliste reporter d'images, journaliste rédacteur, envoyé spécial, journaliste sportif, secrétaire de rédaction, chef d'éditions	Les diplômés de Master recherche pourront soit poursuivre en doctorat en sciences de l'information et de la communication soit entrer dans des services R&D en tant que chercheur en entreprise ou exercer des fonctions de responsable d'études et de projets dans des entreprises et des institutions

recherche et enseignement en sciences de l'information et de la documentation.

# NIVEAUX D'ENTRÉE EN FORMATION INITIALE

