

Le Répertoire National des Certifications Professionnelles (RNCP)

Résumé descriptif de la certification **Code RNCP : 18981**

Intitulé

L'accès à la certification n'est plus possible (La certification existe désormais sous une autre forme (voir cadre "pour plus d'information"))

MASTER : MASTER Master Information et Communication Spécialité Médias et communication

AUTORITÉ RESPONSABLE DE LA CERTIFICATION	QUALITÉ DU(ES) SIGNATAIRE(S) DE LA CERTIFICATION
CELSA - Ecole des hautes études en sciences de l'information et de la communication, Ecole des Mines (Alès) (EMA ENSTIMA)	Le Président de l'Université Paris Sorbonne Paris IV, Recteur de l'académie de Paris - Vice chancelier des universités

Niveau et/ou domaine d'activité

I (Nomenclature de 1969)

7 (Nomenclature Europe)

Convention(s) :

Code(s) NSF :

320 Spécialités plurivalentes de la communication et de l'information

Formacode(s) :

Résumé du référentiel d'emploi ou éléments de compétence acquis

Le titulaire de la certification peut déployer ses activités dans une entreprise médiatique (chaîne de télévision, radio, éditeur de presse, pure player de l'information, société de production, etc.), dans une entreprise de conseil en lien avec les médias (agence de communication, agence de communication numérique, agence médias, régie publicitaire, concepteur de jeux vidéos, etc.), ou dans tout type d'organisation qui met en place une communication médiatique et particulièrement numérique (site Internet, Intranet, management de l'information, etc.). Il participe ou pilote des activités qui peuvent consister à :

- conseiller la direction et soutenir la stratégie politique de l'organisation ;
- étudier l'environnement concurrentiel et l'évolution de la stratégie des principaux acteurs du marché ;
- mener une veille sur l'innovation relative aux usages, aux nouvelles techniques de communication, aux modèles économiques de la production médiatique ;
- définir et mettre une stratégie de communication et/ou de marketing ;
- concevoir et mettre en oeuvre une production écrite et/ou audiovisuelle et/ou numérique ;
- concevoir la ligne éditoriale d'un média (magazine, site web, chaîne de télévision, radio...) ;
- produire des articles et des vidéos pour un site internet ;
- animer une plateforme collaborative ou un forum ;
- évaluer et orienter l'image globale et l'e-réputation de l'organisation ;
- animer des communautés et des réseaux sociaux (community management) ;
- suivre l'évolution du contexte juridique, économique et social dans le domaine des médias ;
- développer des partenariats ciblés ;
- élaborer et négocier les budgets (de communication, de production de contenus médiatiques) ;
- veiller à la bonne exécution des budgets de communication et de production ;
- réaliser des audits et des diagnostics ;
- évaluer les actions de communication.

Selon la taille de l'organisation, il peut s'investir dans des missions fonctionnelles ou opérationnelles.

Le titulaire de la certification, directeur ou responsable de la communication exerce ces activités en mobilisant différentes compétences.

Il ou elle est capable de :

- avoir une vision globale de l'organisation ;
- comprendre les enjeux socio-économiques des entreprises de médias et des médias informatisés ;
- diagnostiquer une situation et son contexte ;
- diagnostiquer le positionnement de l'entreprise de médias ;
- concevoir une stratégie de communication, de communication numérique et/ou de marketing au service d'une entreprise de médias ;
- élaborer ou accompagner une innovation éditoriale dans une entreprise de médias ;
- élaborer un projet numérique ;
- concevoir une ligne éditoriale ;
- rédiger et mettre en forme des contenus (écrits, visuels, audiovisuels, multimédias) ;
- alimenter un site internet, animer une plateforme collaborative ou des forums ;
- manifester une aptitude au management et à la conduite de projets ;
- nouer des relations et des partenariats de haut niveau en interne comme en externe ;
- animer des réseaux professionnels dans le domaine des médias ;
- utiliser les réseaux sociaux ;
- maîtriser la chaîne graphique et les différentes étapes liées à l'édition de supports print et web ;
- maîtriser les logiciels bureautiques, de graphisme, de retouches d'image et des langages associés aux différentes technologies utilisées pour faire du multimédia sur internet ;
- maîtriser le droit des médias et le droit à l'image ;

- disposer de qualités d'expression écrite et orale ;
- avoir une aisance relationnelle et le sens du contact ;
- maîtriser une ou plusieurs langues vivantes dans un cadre professionnel.

Secteurs d'activité ou types d'emplois accessibles par le détenteur de ce diplôme, ce titre ou ce certificat

Agences conseils en communication, notamment spécialisées dans les médias et/ou le numérique

Entreprises de médias

Entreprises culturelles

Régies publicitaires et agences-médias

Tout type d'organisation amenée à mettre en œuvre une stratégie de communication

Directeur(ice) de la communication ; Directeur de la stratégie ; de développement ; Responsable des relations avec les publics ; Responsable / chargé de programme ; Responsable de communication numérique ; Chargée de communication médias sociaux ; Producteur / réalisateur / assistant de production ; Chargé d'études qualitatives ; Consultant(e) en stratégies médias ; Community manager ; Chef de projet en communication corporate digitale

Codes des fiches ROME les plus proches :

E1104 : Conception de contenus multimédias

E1205 : Réalisation de contenus multimédias

E1402 : Élaboration de plan média

Modalités d'accès à cette certification

Descriptif des composantes de la certification :

Cette spécialité de Master se déroule sur 2 ans en formation initiale et apprentissage, et sur 1 an en formation continue. Elle se compose d'Unités d'Enseignement réparties en 4 semestres, portant sur les éléments suivants :

En MASTER 1ère année :

UE1 : Démarches et méthodes d'analyse de l'information et de la communication (15 ECTS)

UE2 : Spécialité professionnelle (15 ECTS)

UE3 : Information, communication et langages dans le monde contemporain (15 ECTS)

UE4 : Travaux d'étude et de recherche (15 ECTS)

En MASTER 2ème année :

UE1 : Approches théoriques de la communication des organisations (10 ECTS)

UE2 : Spécialité professionnelle : Communication, marketing et management des médias (20 ECTS)

UE3 : Outils d'aide à la décision et méthodologie professionnelle (10 ECTS)

UE4 : Mémoire et stage professionnel (20 ECTS)

La langue utilisée pour l'enseignement et les examens est le français.

L'option communication et technologie numérique est en co-habilitation avec l'Ecole des mines d'Alès.

Le Master est composé de 4 blocs de compétences décrits ci-dessous. Si le candidat(e) souhaite obtenir la certification, il devra satisfaire plusieurs conditions : examen écrit d'anglais (niveau A2 minimum), soutenance d'un mémoire de recherche appliquée, stage en entreprise de 3 mois minimum, examen écrit et oral pour l'obtention de chaque UE.

Bloc de compétence :

INTITULÉ	DESCRIPTIF ET MODALITÉS D'ÉVALUATION
Bloc de compétence n°1 de la fiche n° 18981 - Concevoir une stratégie de communication numérique /digitale	Descriptif : Identifier et analyser le positionnement de l'entreprise de médias Elaborer le plan marketing et contrôler le déploiement des opérations Diagnostiquer une situation et son contexte Conseiller la direction et soutenir la stratégie politique et globale de l'organisation Concevoir la campagne promotionnelle des produits et la mettre en œuvre Etudier l'environnement concurrentiel et l'évolution de la stratégie des principaux acteurs du marché Elaborer une stratégie de communication et/ou de marketing Développer des partenariats ciblés Evaluer et orienter l'image globale et l'e-réputation de l'organisation Modalités d'évaluation : Evaluations intermédiaires et continues sous la forme d'exercices et/ou d'études de cas dont la finalité est d'évaluer les acquis théoriques tout au long du parcours. Elaboration d'une stratégie de communication numérique détaillée dans le cadre de la problématique choisie par le candidat et faisant l'objet d'un rapport écrit et d'une soutenance orale. Attestation : Chaque bloc est certifié, il donne lieu à une évaluation et une validation.

INTITULÉ	DESCRIPTIF ET MODALITÉS D'ÉVALUATION
Bloc de compétence n°2 de la fiche n° 18981 - Suivre et évaluer un projet de communication ou de production numérique	Descriptif : Planifier la réalisation matérielle et logistique des actions, produits et supports de communication Elaborer et négocier les budgets (de communication, de production de contenus médiatiques) et veiller à leur bonne exécution Réaliser des audits et des diagnostics des actions de communication Réaliser le bilan des actions marketing et proposer des axes d'évolution Vérifier la conformité et la qualité de l'information diffusée Modalités d'évaluation : Evaluations intermédiaires et continues sous la forme d'exercices et/ou d'études de cas dont la finalité est d'évaluer les acquis théoriques tout au long du parcours. Elaboration et réalisation d'un diagnostic sur un projet multimédia dans le cadre de la problématique choisie par le candidat et faisant l'objet d'un rapport écrit et d'une soutenance orale. Attestation : : Chaque bloc est certifié, il donne lieu à une évaluation et une validation

INTITULÉ	DESCRIPTIF ET MODALITÉS D'ÉVALUATION
Bloc de compétence n°3 de la fiche n° 18981 - Alimenter ou animer un média : magazine, site, réseau social, plateforme collaborative, forum	Descriptif : Concevoir la ligne éditoriale d'un média (magazine, site web, chaîne de télévision, radio), de publication, du contenu de messages, des supports de communication et de production écrite et/ou audiovisuelle et/ou numérique. Produire des articles et des vidéos pour un site internet et animer une plateforme collaborative ou un forum. Animer des communautés et des réseaux sociaux (community management). Rédiger et mettre en forme des contenus (écrits, visuels, audiovisuels, multimédias). Mettre en œuvre les actions de relation publique, de diffusion et de promotion de l'information. Appliquer les principes la chaîne graphique et les différentes étapes liées à l'édition de supports print et web. Respecter et/ou faire respecter le droit des médias et le droit à l'image et vérifier la conformité et la qualité de l'information diffusée. Modalités d'évaluation : Evaluations intermédiaires et continues sous la forme d'exercices et/ou d'études de cas dont la finalité est d'évaluer les acquis théoriques tout au long du parcours. Elaboration d'un projet de ligne éditoriale d'un média sous l'angle de la conception en rapport avec son environnement dans le cadre de la problématique choisie par le candidat et faisant l'objet d'un rapport écrit et d'une soutenance orale. Attestation : Chaque bloc est certifié, il donne lieu à une évaluation et une validation.

INTITULÉ	DESCRIPTIF ET MODALITÉS D'ÉVALUATION
Bloc de compétence n°4 de la fiche n° 18981 - S'approprier l'ensemble des domaines inhérents à la communication digitale et mener une veille proactive	Descriptif : Identifier des sources d'informations pertinentes et définir leur fréquence d'actualisation. Mener une veille sur l'innovation relative aux usages, aux nouvelles techniques de communication, aux modèles économiques de la production médiatique. Conseiller et apporter un appui technique aux services internes dans leurs actions de communication. Suivre l'évolution du contexte juridique, économique et social dans le domaine des média. Modalités d'évaluation : Evaluations intermédiaires et continues sous la forme d'exercices et/ou d'études de cas dont la finalité est d'évaluer les acquis théoriques tout au long du parcours. Production d'une analyse sur les retombées d'une communication digitale et identification de préconisations dans le cadre de la problématique choisie par le candidat et faisant l'objet d'un rapport écrit et d'une soutenance orale. Attestation : Chaque bloc est certifié, il donne lieu à une évaluation et une validation

Validité des composantes acquises : illimitée

CONDITIONS D'INSCRIPTION À LA CERTIFICATION	OUINON	COMPOSITION DES JURYS
Après un parcours de formation sous statut d'élève ou d'étudiant	X	Certification accessible aux diplômés de la Licence Information - Communication du CELSA et, sur concours d'entrée en M2, aux étudiants externes titulaires des 60 ECTS de M1. Les jurys sont composés d'enseignants-chercheurs conformément aux textes réglementaires.

En contrat d'apprentissage	X	Apprentissage possible en 2ème année de M2 uniquement. Certification accessible aux diplômés du M1 du CELSA et, sur concours d'entrée en M2, aux étudiants externes titulaires des 60 ECTS de M1. Les jurys sont composés d'enseignants-chercheurs conformément aux textes réglementaires.
Après un parcours de formation continue	X	En formation continue, le Master 2 est accessible, sur dossier et après entretien, aux adultes de + 26 ans justifiant d'au moins 3 années d'expérience professionnelle. VAP possible (formation en 1 an). Les jurys sont composés d'enseignants-chercheurs conformément aux textes réglementaires.
En contrat de professionnalisation	X	
Par candidature individuelle	X	
Par expérience dispositif VAE prévu en 2009	X	VAE (accompagnée et non accompagnée). Accès sur dossier

	OUI	NON
Accessible en Nouvelle Calédonie		X
Accessible en Polynésie Française		X

LIENS AVEC D'AUTRES CERTIFICATIONS	ACCORDS EUROPÉENS OU INTERNATIONAUX
Autres certifications : co-habilitation avec l'Ecole des Mines d'Alès pour le Master 2 Médias et communication, option Communication et Technologies Numériques	

Base légale

Référence du décret général :

Décret n° 99-747 du 30 août 1999 portant création du grade de master, modifié par le décret n° 2002-480 du 8 avril 2002 ;
Décret n° 2002-481 du 8 avril 2002 relatif aux grades et titres universitaires et aux diplômes nationaux ;
Arrêté du 25 avril 2002 relatif au diplôme national de master
Arrêté du 22 janvier 2014 fixant le cadre national des formations conduisant à la délivrance des diplômes nationaux de licence, de licence professionnelle et de master
Arrêté du 22 janvier 2014 fixant les modalités d'accréditation d'établissements d'enseignement supérieur
Arrêté du 4 février 2014 fixant la nomenclature des mentions du diplôme national de master

Référence arrêté création (ou date 1er arrêté enregistrement) :

Arrêté du 15 septembre 2014 accréditant l'université Paris IV en vue de la délivrance de diplôme nationaux à compter de l'année universitaire 2014-2015 pour 5 ans (fin de l'accréditation : année universitaire 2018-2019)
Arrêté du 27 septembre 2010 relatif aux habilitations de l'université Paris IV Sorbonne

Référence du décret et/ou arrêté VAE :

Décret n° 2002-590 du 24 avril 2002 pris pour l'application du premier alinéa de l'article L. 613-3 et de l'article L. 613-4 du code de l'éducation et relatif à la validation des acquis de l'expérience par les établissements d'enseignement supérieur

Références autres :

Pour plus d'informations

Statistiques :

Environ 125 étudiants, apprentis et stagiaires de formation continue toutes options confondues.
<http://www.celsa.fr/observatoire-metiers.php>

Autres sources d'information :

Site de l'Observatoire de l'Insertion Professionnelle de l'Université
<http://www.paris-sorbonne.fr/nos-formations/orientation-insertion-et-debouches/presentation-3280/presentation-4904/>

CELSA Université Paris Sorbonne

Université Paris Sorbonne

Lieu(x) de certification :

CELSA - Ecole des hautes études en sciences de l'information et de la communication : Île-de-France - Hauts-de-Seine (92) [Neuilly-sur-Seine]

Ecole des Mines (Alès) (EMA ENSTIMA) : Midi-Pyrénées Languedoc-Roussillon - Gard (30) [Nimes]

CELSA Université Paris Sorbonne

77, rue de Villiers 92200 Neuilly-sur-Seine

Lieu(x) de préparation à la certification déclarés par l'organisme certificateur :

Historique de la certification :

Fiche remplacée par la fiche nationale n°31496

Le CELSA, devenu Ecole des hautes études en sciences de l'information et de la communication, a été créé en 1958 au sein de l'Université de la Sorbonne. Il est membre de la Conférence des Grandes Ecoles depuis 2005.