

Le Répertoire National des Certifications Professionnelles (RNCP)

Résumé descriptif de la certification **Code RNCP : 18995**

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 Communication des entreprises et des institutions

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	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 tout type d'organisation (entreprise privée, organisme public ou parapublic, collectivité locale, agence de communication, agence de relations publiques, agence en communication événementielle, organisation internationale, ONG, association...). Il participe ou pilote des activités qui peuvent consister à :

- suivre les politiques de l'organisation (sociales, commerciales, financières, etc.) ;
- conseiller la direction ;
- définir et mettre en oeuvre la politique de communication de l'organisation ;
- élaborer et mettre en oeuvre le plan de communication sous ses différents aspects : communication interne, externe, relations publiques, relations presses, corporate, web... ;
- identifier les parties prenantes ;
- concevoir les messages ;
- choisir les canaux de diffusion ;
- élaborer la stratégie la stratégie de relations publiques ;
- élaborer la stratégie de communication numérique ;
- élaborer la stratégie événementielle ;
- produire des contenus on line et off line (écrits, visuels, audiovisuels, multimédias...) ;
- superviser la création et la production de supports de communication destinés aux différents publics internes et externes (brochures, affiches, insertions...) ;
- concevoir la ligne éditoriale d'un site web et/ou d'un intranet ;
- veiller à la cohérence de l'image de l'organisation sur l'ensemble des déclinaisons de la communication (supports print et web, événements...) ;
- veiller à l'e-reputation de l'organisation ;
- mettre en place les dispositifs de communication sensible et de communication de crise ;
- animer des communautés et des réseaux sociaux (community management) ;
- développer des partenariats ciblés ;
- gérer les relations avec les médias et les relations publiques ;
- assurer une veille médias sur les retombées dans la presse ;
- étudier l'environnement concurrentiel et l'évolution de la stratégie des principaux acteurs du marché ;
- suivre l'évolution du contexte juridique, économique et social ;
- mener une veille sur de nouvelles techniques de communication ;
- élaborer, négocier et exécuter les budgets de communication ;
- 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 ;
- savoir diagnostiquer une situation et son contexte ;
- savoir diagnostiquer le positionnement de l'organisation et de ses produits ;
- savoir élaborer un plan d'actions ;
- savoir rédiger des argumentaires, des dossiers et des communiqués destinés aux journalistes ;
- savoir élaborer et respecter une charte graphique (logos, supports de présentation institutionnels...) ;
- maîtriser les techniques de communication sur les différents canaux (médias, presse, affichage, web...) ;
- être capable de nouer des relations et des partenariats de haut niveau en interne comme en externe ;
- manifester une aptitude au management et à la conduite de projets ;

- être capable d'animer des réseaux professionnels dans le domaine des médias ;
- être capable d'animer des équipes ;
- connaître les réseaux sociaux ;
- connaître les outils d'enquêtes ;
- connaître les techniques de lobbying ;
- connaître la chaîne graphique et les différentes étapes liées à l'édition de supports print et web ;
- connaître les logiciels bureautiques, de graphisme et de retouches d'image ;
- connaître les outils collaboratifs ;
- gérer les moyens humains et financiers ;
- maîtriser les outils statistiques de gestion budgétaire ;
- 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 de communication, de lobbying, d'affaires publiques

Cabinets de conseil en communication

Toutes entreprises commerciales, industrielles ou de services (directions de la communication)

Toutes organisations d'intérêt général : associations, ONG, organisations intergouvernementales, fondations (directions de la communication)

Collectivités territoriales (directions de la communication)

Ministères et établissements publics (directions de la communication)

Consultant

Directeur(ice) de la communication ; Responsable de la communication interne ou de la communication externe ; Responsable des relations institutionnelles ou affaires publiques, responsable des relations « publics » ; Responsable des relations médias ; Chargé de communication ; Chargé de communication médias sociaux ; Chargé d'études ; Consultant(e) en veille opérationnelle et stratégique de l'opinion ; Chef de projet en communication corporate digitale

Codes des fiches ROME les plus proches :

E1103 : Communication

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 (formation classique) :

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

UE2 : Communication des entreprises et des institutions (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 (formation classique ou apprentissage) :

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

UE2 : Spécialité professionnelle (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.

Le Master est composé de 5 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, examen écrit et oral pour chaque UE dans le parcours M2 professionnel des collectivités territoriales, stage en entreprise de 3 mois minimum.

Bloc de compétence :

INTITULÉ**DESCRIPTIF ET MODALITÉS D'ÉVALUATION**

Bloc de compétence n°1 de la fiche n° 18995 - Concevoir une politique de communication globale et systémique

Descriptif :

Identifier et s'approprier son contexte en étudiant l'environnement concurrentiel et l'évolution de la stratégie des principaux acteurs du marché, en suivant l'évolution du contexte juridique, économique et social, en menant une veille sur de nouvelles techniques de communication et en cohérence avec les politiques de l'organisation (sociales, commerciales, financières).

Conseiller la direction.

Identifier et mettre en œuvre la politique de communication de l'organisation et définir sa stratégie de communication

Décliner l'identité de l'organisation

Elaborer le plan de communication sous ses différents aspects : communication interne, externe, relations publiques, relations presse, corporate, web... et choisir les canaux de diffusion

Elaborer la stratégie de relations publiques, la stratégie média, de communication numérique et la stratégie événementielle **UE2 A et B et C (com interne, plan de com, relations presse, conduite de projet)**

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 plan de communication globale détaillé 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° 18995 - Organiser la mise en œuvre d'une politique de communication

Descriptif :

Décliner le plan de communication et l'opérationnaliser en fonction des contextes.

Situer les actions de communication dans leur diversité et leur complémentarité.

Identifier les parties prenantes et les ressources humaines nécessaires.

Elaborer, négocier et exécuter les budgets de communication.

Mettre en place les dispositifs de communication sensible et de communication de crise.

Intervenir selon les différents formats médiatiques (communication de crise et sensible, accompagnement au changement).

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 plan de communication opérationnel à partir d'un cas pratique 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° 18995 - Mettre en œuvre les actions de communication

Descriptif :

Concevoir un plan média et les messages.

Superviser la création et la production de supports de communication destinés aux différents publics internes et externes (brochures, affiches, insertions...).

Concevoir la ligne éditoriale d'un site web et/ou d'un intranet.

Veiller à la cohérence de l'image de l'organisation sur l'ensemble des déclinaisons de la communication (supports print et web, événements...) et veiller à son e-réputation.

Mettre en œuvre le plan de communication sous ses différents aspects : communication interne, externe, relations publiques, relations presses, corporate, web...

Animer des communautés et des réseaux sociaux et développer des partenariats ciblés.

Gérer les relations avec les médias et les relations publiques.

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 de contenus de communication on line et off line en cohérence avec le plan de communication défini 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° 18995 - Evaluer les actions de communication

Descriptif :

Evaluer les actions de communication.

Assurer une veille média sur les retombées dans la presse.

Réaliser une veille sur les actions en cours.

Rectifier, changer, ou améliorer les actions.

Utiliser les méthodologies professionnelles de media training - relations presse.

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.

Réalisation d'une évaluation des actions de communication par le biais d'une veille média 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
<p>Bloc de compétence n°5 de la fiche n° 18995 - Convaincre, présenter et expliquer ses choix de communication</p>	<p>Descriptif :</p> <p>Orchestrer et valoriser son entreprise et ses projets.</p> <p>Organiser la visibilité de son action.</p> <p>Se mettre en scène.</p> <p>Modalités d'évaluation :</p> <p>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.</p> <p>Elaboration d'une mise en situation de son projet ou de son entreprise et motivation de son choix de communication dans le cadre de la problématique choisie par le candidat et faisant l'objet d'un rapport écrit et d'une soutenance orale.</p> <p>Attestation : Chaque bloc est certifié, il donne lieu à une évaluation et une validation.</p>

Validité des composantes acquises : illimitée

CONDITIONS D'INSCRIPTION À LA CERTIFICATION	QUINON	COMPOSITION DES JURYS
Après un parcours de formation sous statut d'élève ou d'étudiant	X	<p>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.</p> <p>Les jurys sont composés d'enseignants-chercheurs conformément aux textes réglementaires.</p>
En contrat d'apprentissage	X	<p>Apprentissage possible en 2ème année de M2 uniquement.</p> <p>Certification accessible aux diplômés du M1 du CELSA et, sur concours d'entrée en M2, aux étudiants externes titulaires des 60 ECTS de M1.</p> <p>Les jurys sont composés d'enseignants-chercheurs conformément aux textes réglementaires.</p>

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 : Partenariat avec l'Ecole nationale d'administration pour l'option "Communication des institutions publiques" Partenariat avec le CNFPT pour l'option "Communication des collectivités territoriales"	

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 160 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]
 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.