

Master Information et Communication Spécialité Communication des entreprises et des institutions

RNCP18995 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 7
Sigle	MASTER — Master
Code(s) NSF	320
Code(s) ROME	E1103, E1402
Type d'enregistrement	Enregistrement de droit

Certificateur(s)

CELSA - Ecole des hautes études en sciences de l'information et de la communication

<http://www.celsa.fr>

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

A compléter (Reprise)

ACTIVITÉS VISÉES

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.

COMPÉTENCES ATTESTÉES

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.

Blocs de compétences

RNCP18995BC01 — Concevoir une politique de communication globale et systémique

LISTE DE COMPÉTENCES

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.

RNCP18995BC02 — Organiser la mise en œuvre d'une politique de communication

LISTE DE COMPÉTENCES

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.

RNCP18995BC03 — Mettre en œuvre les actions de communication

LISTE DE COMPÉTENCES

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.

RNCP18995BC04 — Evaluer les actions de communication

LISTE DE COMPÉTENCES

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.

RNCP18995BC05 — Convaincre, présenter et expliquer ses choix de communication

LISTE DE COMPÉTENCES

Descriptif :

Orchestrer et valoriser son entreprise et ses projets.

Organiser la visibilité de son action.

Se mettre en scène.

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 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.

Attestation :

Chaque bloc est certifié, il donne lieu à une évaluation et une validation.

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

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

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

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

RÈGLEMENTATIONS D'ACTIVITÉ

A compléter (Reprise)

Marché du travail

Indicateurs au niveau des familles professionnelles (FAP) des métiers visés, agrégés au niveau national — France Travail / DARES (open data).

Tension de recrutement (DARES 2024)	Très faible (1/5)
Facteurs principaux	Non-durabilité de l'emploi, Non-attractivité salariale
Salaire médian (mensuel)	2 428 €
Familles professionnelles (FAP)	U0X80 — Assistants de la communication · tension 1/5 (Très faible) U0X90 — Cadres de la communication · tension 1/5 (Très faible)
Projets de recrutement (BMO 2026)	5 346
Jugés difficiles à recruter	21 %

Emplois saisonniers

21 %

Familles professionnelles (FAP)

U0X80 — Assistants de la communication

U0X90 — Cadres de la communication

Voies d'accès

MODALITÉS D'ACCÈS

Formation initiale, Formation continue, Apprentissage, VAE

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

A compléter (Reprise)

COMPOSITION DU JURY — FORMATION INITIALE

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.

COMPOSITION DU JURY — FORMATION CONTINUE

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.

COMPOSITION DU JURY — APPRENTISSAGE

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.

COMPOSITION DU JURY — VAE

VAE (accompagnée et non accompagnée). Accès sur dossier

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF

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

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/18995/>