

Domaine Sciences humaines et sociales, Mention « Communication des organisations »

RNCP30843 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 7
Sigle	MASTER — Master
Code(s) NSF	320
Code(s) ROME	E1103, M1502, E1402, M1705, K1802
Type d'enregistrement	Enregistrement de droit

Certificateur(s)

UNIVERSITE LUMIERE - LYON 2

<http://www.univ-lyon2.fr>

Université Jean Moulin - Lyon 3

<http://www.univ-lyon3.fr>

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

A compléter (Reprise)

ACTIVITÉS VISÉES

Le Master Mention « Communications des organisations » certifie les étudiants et les professionnels dans le cadre des activités suivantes :

- La conception d'un plan de communication globale dans le cadre des entreprises privées et publiques et dans l'espace public local
- La conception et la mise en œuvre de stratégies de communication au sein de différentes organisations (privées, publiques, associatives)
- la mise en œuvre de politiques de marque au sein des organisations

Le Master Mention « Communications des organisations » propose trois parcours :

- Communication sociale et management de l'information dans les organisations privées et publiques
- Communication humanitaire et solidarité
- Communication et stratégie de marque

COMPÉTENCES ATTESTÉES

- Parcours « Communication sociale et management de l'information dans les organisations privées et publiques » :
- Concevoir le plan global de communication et élaborer la politique de communication d'une organisation
- Concevoir et réaliser partiellement tous types de supports de communication écrits et audiovisuels (charte graphique, messages et style de communication...)
- Maîtriser les pratiques logicielles et infographiques
- Réaliser des audits de communication interne (techniques d'enquête et réalisation d'études) et diagnostiquer des besoins
- Communiquer sur le management des emplois et mettre en œuvre des plans de développement des compétences, la gestion de l'emploi et la mobilité professionnelle

- Mettre en œuvre des actions de relation publique, de diffusion et de promotion de l'information
- Développer des réseaux professionnels et contribuer à une veille territoriale
- Parcours « Communication humanitaire et solidarité » :
 - Expertiser une action humanitaire et/ou de solidarité
 - Argumenter une stratégie de communication
 - Elaborer et mettre en place des supports de communication et concevoir les contenus des messages
 - Proposer et organiser des événements thématiques et communiquer avec les médias (presse, radio, télévision, internet, réseau sociaux)
 - Négocier avec les partenaires et la diversité des parties prenantes en vue de la conception et la mise en œuvre de projets
 - Concevoir et conduire un plaidoyer et des actions de lobbying
 - Concevoir et mettre en place des actions d'information et de prévention
 - Former les personnels des ONG, des associations et autres acteurs du secteur humanitaire et solidaire
 - Manager des communautés virtuelles sur les réseaux sociaux locaux
 - Gérer une équipe pluridisciplinaire et multiculturelle et entretenir une dynamique d'autoformation et d'apprentissage collaboratif
- Parcours « Communication et stratégie de marque » :
 - Connaître les logiques de fonctionnement et de déploiement de marques au sein de l'espace marchand et de l'espace public
 - Connaître les techniques de communication, de marketing et de publicité
 - Créer la charte graphique d'une marque
 - Réaliser un audit de marques
 - Maîtriser la communication stratégique et opérationnelle de marque
 - Maîtriser les politiques de marques et le droit des marques (propriété intellectuelle, contrefaçon...)
- Capacités communes à tous les diplômés de Master :
 - Capacité d'abstraction, d'analyse et de synthèse
 - Capacité à mobiliser ses connaissances pour identifier et poser une problématique
 - Capacité à communiquer et développer une argumentation écrite et orale
 - Capacité à circonscrire un objet de recherche et à adopter la méthodologie appropriée

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

J-Information et communication

O-Administration publique

N-Activités de services administratifs et de soutien

Q-Santé humaine et action sociale

- Fonctions publiques d'Etat
- Collectivités territoriales
- Entreprises privées et/ou publiques
- Agences de communication
- Associations culturelles
- Agence de publicité et d'évènementiel
- Associations humanitaires et de solidarité, nationales ou internationales (ONG, OSI)
- Organisations internationales
- Fondations
- Cabinets de consultants

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

- Chargé de médiation dans les services publics
- Chargé des relations publiques

- Responsable emploi et communication interne
- Adjoint ou directeur de la communication (entreprises, collectivités territoriales)
- Conseillé en communication et/ou en stratégie de marque (indépendant ou en agence)
- Chargé d'études en institut d'études ou en entreprise
- Planeur stratégique en agence de communication
- Responsable marketing en entreprise
- Chargé de communication d'une ONG/ OSI (communication interne, relations publiques et relations presse, communication événementielle)
- Responsable des plaidoyers d'une ONG (OSI / ASI)
- Chargé de documentation
- Responsable de veille environnementale (recherche, traitement, analyse)
- Expert ou consultant dans le domaine de la communication humanitaire et de solidarité

RÉGLEMENTATIONS 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)	Faible (2/5) Moyenne pondérée par l'emploi ; les familles ci-dessous s'échelonnent de 1 à 4 sur 5.
Facteurs principaux	Manque de main-d'œuvre disponible
Salaire médian (mensuel)	2 623 €
Familles professionnelles (FAP)	L2X61 — Agents administratifs · tension 1/5 (Très faible) L4X80 — Techniciens des services administratifs · tension 4/5 (Élevée) L5X92 — Cadres des ressources humaines et du recrutement · tension 2/5 (Faible) R3X83 — Professions intermédiaires du marketing et des services commerciaux (hors achats) · tension 3/5 (Modérée) R4X90 — Cadres commerciaux, acheteurs et cadres de la mercatique · tension 2/5 (Faible) 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)	45 970
Jugés difficiles à recruter	25 %
Emplois saisonniers	11 %
Familles professionnelles (FAP)	L2X61 — Agents administratifs L4X80 — Techniciens des services administratifs L5X92 — Cadres des ressources humaines et du recrutement R3X83 — Professions intermédiaires du marketing et des services commerciaux (hors achats) R4X90 — Cadres commerciaux, acheteurs et cadres de la mercatique U0X80 — Assistants de la communication U0X90 — Cadres de la communication

Voies d'accès

MODALITÉS D'ACCÈS

Formation initiale, Formation continue, Apprentissage, Contrat de professionnalisation, Candidature individuelle, VAE

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

A compléter (Reprise)

COMPOSITION DU JURY — FORMATION INITIALE, FORMATION CONTINUE

Personnes ayant contribué aux enseignements (loi n°84-52 du 26 janvier 1984 modifiée sur l'enseignement supérieur)

COMPOSITION DU JURY — APPRENTISSAGE

Le contrat d'apprentissage est une voie possible si l'ingénierie le permet

COMPOSITION DU JURY — CONTRAT DE PROFESSIONNALISATION

Le contrat de professionnalisation est une voie possible si l'ingénierie le permet

COMPOSITION DU JURY — CANDIDATURE INDIVIDUELLE

Possible pour partie du diplôme par VES ou VAPP

COMPOSITION DU JURY — VAE

Le jury est composé d'enseignants-chercheurs et de professionnels

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF

[https://www.univ-lyon2.fr/
univ-lyon2](https://www.univ-lyon2.fr/univ-lyon2)

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/30843/>