

Communication et Promotion des Organisations (CPO)

Mention : Humanités et Industries Créatives [Master]

Infos pratiques

- > **Composante** : Philo, Info-Comm, Langages, Littératures & Arts du spectacle
- > **Durée** : 2 ans
- > **ECTS** : 120
- > **Ouvert en alternance** : Oui
- > **Formation accessible en** : Formation initiale, Formation continue, Formation continue (contrat de professionnalisation), Formation en apprentissage
- > **Formation à distance** : Non
- > **Durée moyenne de la formation** :
M1 Communication et Promotion des Organisations : 294 h
M2 Communication et Promotion des Organisations : 288 h

Présentation

Présentation

Le parcours « Communication et Promotion des Organisations » forme les étudiants à la maîtrise des médias numériques, des logiciels, des environnements indispensables à la bonne conduite d'une stratégie de communication en ligne. Ce parcours sollicite des qualités de polyvalence, d'adaptabilité et de créativité nécessaires à la conception et la mise en œuvre de la communication numérique d'une entreprise, d'une collectivité ou de toute autre organisation.

Il s'attache tout particulièrement à la **valorisation des objets, symboles, espaces, récits** auxquels peuvent renvoyer une marque, une institution ou un territoire.

Objectifs

(Offre en cours de construction)

La mise en place de stratégie de communication globale sur les réseaux

- l'animation et la publication de contenu sur les médias sociaux et communautaires du Web
- la communication événementielle
- La maîtrise des outils de création numérique
- la communication institutionnelle et les relations publiques ;
- l'attractivité des territoires et la valorisation des espaces ;
- la mise en scène des espaces marchands et le marketing expérientiel ;
- la mise en récit des organisations (storytelling) ;

Savoir-faire et compétences

(Offre en cours de construction)

Pratique maîtrisée de

- Rédaction Web,
- Usages professionnels des réseaux sociaux,
- Création numérique,
- Stratégie de communication numérique,
- Identité numérique,
- SEO,
- Storytelling

Les + de la formation

- La formation est résolument orientée vers les stratégies de présence et de communication numérique à destination de tous les types d'organisation.
- Elle permet de former de futurs cadres en communication adaptables aux différents contextes et aux médias émergents sur Internet.

Organisation

(Offre en cours de construction)

Au premier semestre, en M1 et en M2, l'emploi du temps est organisé de telle sorte que les étudiants puissent être à l'université les 3 premiers jours de la semaine (du lundi au mercredi en M1) ou les trois derniers jours de la semaine (du mercredi au vendredi en M2) ; les autres jours étant possiblement réservés pour les stages, les contrats de professionnalisation ou d'alternance.

Le second semestre est consacré à la formation pratique en entreprise (stage de longue durée obligatoire) et à la rédaction d'un mémoire de fin d'études sur son expérience professionnelle, en M1 et en M2.

Contrôle des connaissances

Les connaissances sont évaluées sous le régime du contrôle continu au cours des activités pédagogiques suivant les matières enseignées (devoirs, exercices pratiques, dossiers thématiques, présentations de projets, réalisations d'actions...)

Stage ou alternance

Ouvert en alternance

- > **Type de contrat:** Contrat d'apprentissage, Contrat de professionnalisation

voir présentation du master

2j. / 3j

Stages

- > **Stage:** Obligatoire (6 mois)
- > **Stage à l'étranger:** Facultatif (6 mois)

L'emploi du temps est organisé de telle sorte que les étudiants puissent suivre, s'ils le souhaitent, à l'année un contrat de professionnalisation ou d'apprentissage.

Le second semestre est uniquement consacré à la formation en entreprise, stage de longue durée

obligatoire pour tous les étudiants et à la rédaction d'un mémoire de fin d'études sur son expérience professionnelle, en M1 et en M2.

Admission

Conditions d'admission

Master 1 :

monmaster.gouv.fr

Le recrutement repose sur une première phase d'examen des dossiers (admissibilité), puis sur une/des épreuve(s) (admission)

Recrutement sur dossier + épreuve orale/entretien pour les admissibles (SEULS les candidats retenus après l'examen des dossiers de candidature sont conviés à une épreuve orale/un entretien)

Épreuve orale : entretien individuel de 15 min avec questions sur le projet prof. et sa cohérence avec le choix de la formation.

Conformément à la délibération du CA, il est attendu des candidats qu'ils montrent l'adéquation de leur formation antérieure et de leur projet professionnel avec la formation visée.

| Mentions de Licences conseillées :

Humanités.

Histoire.

Histoire de l'art et archéologie. Sciences de l'éducation. Philosophie.

Sciences sociales.

Sciences du langage. Information-communication

Arts. Arts du spectacle. Musicologie.

Lettres.

Langues, littératures et civilisations étrangères et régionales. Langues étrangères appliquées.

Lettres, langues.

Les candidats titulaires d'autres diplômes pourront également candidater (procédure de validation des acquis académiques ou des études antérieures, notamment).

| En matière d'acquis académiques, le recrutement se fondera sur la prise en compte des éléments suivants :

En matière d'acquis académiques, le recrutement se fondera sur la prise en compte des éléments suivants :

Une solide maîtrise des techniques rédactionnelles, une bonne connaissance des différents domaines d'activité

culturelle (en France et/ou à l'international), une grande curiosité pour l'actualité culturelle et ses enjeux, une bonne connaissance des médias.

| En matière d'expériences professionnelles, le comité de recrutement attend des candidats les éléments suivants :
Expérience en gestion de projet de communication et/ou métiers du Web souhaitée

Activité en communication numérique et/ou expérience associative appréciées

| Est/sont également apprécié/e/s :

Une pratique personnelle de la communication (blogs, etc)

Un stage ou une période de formation dans une entreprise est vivement recommandé mais pas obligatoire.

| Les pièces constitutives du dossier sont : Pièces communes aux candidatures de Master

Master 2 :

Le recrutement repose sur une première phase d'examen des dossiers (admissibilité), puis sur une/des épreuve(s) (admission)

Recrutement sur dossier + épreuve orale/entretien pour les admissibles (SEULS les candidats retenus après l'examen des dossiers de candidature sont conviés à une épreuve orale/un entretien)

Épreuve orale : entretien individuel de 15 min avec questions sur le projet prof. et sa cohérence avec le choix de la formation.

Conformément à la délibération du CA, il est attendu des candidats qu'ils montrent l'adéquation de leur formation antérieure et de leur projet professionnel avec la formation visée.

| Mentions de Masters conseillées :

Humanités et industries créatives (parcours Communication et promotion des organisations)

Humanités

Lettres

Information Communication

Communication des organisations

Les candidats titulaires d'autres diplômes pourront également candidater (procédure de validation des acquis académiques ou des études antérieures, notamment). Notamment les candidats issus des écoles de commerce et de communication.

En matière d'acquis académiques, le recrutement se fondera sur la prise en compte des éléments suivants :

- Réussite dans le cursus antérieur, notes liées au redactionnel, à la communication et aux médias, à la maîtrise des outils numériques...

| En matière d'expériences professionnelles, le comité de recrutement attend des candidats les éléments suivants :

- Première expérience professionnelle et stage en entreprise fortement conseillés

- Activité en communication numérique et/ou première expérience en gestion de projet de communication fortement conseillées

- Les créations de site Web, de blogs, de plaquettes graphiques seront également prises en compte.

| Est/sont également apprécié/e/s :

- Compétences techniques en HTML, CMS, Photoshop, In Design, compétences liées aux réseaux sociaux

| Les pièces constitutives du dossier sont : Pièces communes aux candidatures de Master

Pré-requis et critères de recrutement

Pour une entrée en M1 : monmaster.gouv.fr

Et après

Fiches métiers ROME

- > E1103: Communication
- > E1105: Coordination d'édition
- > E1106: Journalisme et information média
- > K1206: Intervention socioculturelle

Contact(s)

> Vanessa Lambert

Contact administratif
lambert.v@parisnanterre.fr

> Lionel Barbe

Responsable pédagogique
lbarbe@parisnanterre.fr

Programme

M1 Communication et Promotion des Organisations

Semestre 7	Nature	CM	TD	TP	EAD	Crédits
UE Maîtriser un domaine et ses méthodes	UE					24
UE Humanités et arts 1	UE					10,5
Littérature et usages sociaux	EC	18				1,5
2 élément(s) au choix parmi 3 :						
4L7HP02P - La mondialisation : histoire, enjeux culturels et significations	EC	24				4,5
4L7HP03P - Histoire des pratiques culturelles	EC	24				4,5
4L7HP15P - Nouveaux dispositifs d'écriture et de publication	EC	24				4,5
UE Communication et industries créatives	UE					4,5
Introduction aux industries culturelles et créatives	EC	18				1,5
Culture numérique	EC	18				1,5
Théories de l'information et de la communication	EC	18				1,5
UE Spécialité Communication et Promotion des Organisations (CPO)	UE					6
Projet communication numérique	EC	18				1,5
Projet collectif tuteuré	EC		36			1,5
Ecriture numérique	EC		18			1,5
Marketing digital	EC		18			1,5
UE Environnement professionnel	UE					3
Rencontres et insertion professionnelles	EC		24			1,5
PAO et ateliers numériques	EC		18			1,5
UE Développer ses compétences linguistiques	UE					1,5
UE Compétences linguistiques	UE					1,5
Anglais	EC		18			1,5
UE Conduire un travail personnel mobilisant la recherche/l'expertise	UE					4,5
UE Recherche action 1	UE					4,5
1 élément(s) au choix parmi 2 :						
Projet de recherche du master	EC					4,5
4U7BSEMP - Banque de séminaires S7	EC					4,5

Semestre 8	Nature	CM	TD	TP	EAD	Crédits
UE Se former en milieu professionnel	UE					27
UE Stage-mémoire	UE					27
Stage en France ou à l'étranger, mémoire et soutenance	EC					24
Soutenance et valorisation de la recherche	EC					3
UE Conduire un travail personnel mobilisant la recherche/l'expertise	UE					3
UE Recherche action 2	UE					3
Méthodologie de la recherche action appliquée au mémoire	EC		12			1,5
Projet collaboratif en environnement numérique	EC		12			1,5

M2 Communication et Promotion des Organisations

Semestre 9	Nature	CM	TD	TP	EAD	Crédits
UE Maîtriser un domaine et ses méthodes	UE					24
UE Humanités et arts 2	UE					10,5
Littérature et imaginaires collectifs	EC	18				1,5
2 élément(s) au choix parmi 3 :						
4L9HP02P - Comprendre les médias, enjeux et analyses	EC	24				4,5
4L9HP03P - Productions artistiques et usages culturels	EC	24				4,5
4L9HP14P - Discours et utilisation des nouvelles images	EC	24				4,5
UE Communication et Industries créatives	UE					4,5
Droit information, communication et propriété intellectuelle	EC	18				1,5

Evénements, médias et information	EC	18				1,5
Socio-économie de la culture	EC	18				1,5
UE Spécialité Communication et Promotion des Organisations	UE					9
Communication événementielle	EC		18			1,5
Création publicitaire, cross media tuteuré	EC		18			1,5
Stratégies de communication	EC	18				1,5
Développement durable et numérique	EC	18				1,5
Projet collectif tuteuré CPO	EC		36			3
<hr/>						
UE Développer ses compétences linguistiques	UE					1,5
UE Développer ses compétences linguistiques	UE					1,5
Anglais cours spécifique	EC		36			1,5
<hr/>						
UE Conduire un travail personnel mobilisant la recherche/l'expertise	UE					4,5
UE Recherche-action 1	UE					4,5
1 élément(s) au choix parmi 2 :						
Projet recherche master	EC					4,5
4U9BSEMP - Banque de séminaires S9	EC					4,5

Semestre 10

	Nature	CM	TD	TP	EAD	Crédits
<hr/>						
UE Se former en milieu professionnel	UE					27
UE Stage-mémoire	UE					27
Stage en France ou à l'étranger, mémoire de stage et soutenance	EC					21
Soutenance et valorisation de la recherche	EC					3
<hr/>						
UE Conduire un travail personnel mobilisant la recherche/l'expertise	UE					3
UE Recherche action 2	UE					3
Projet collaboratif en environnement numérique	EC		12			1,5
Méthodologie de la recherche action appliquée au mémoire	EC		12			1,5