Master Métiers de la communication

À PROPOS DE CE PROGRAMME

Habilitation Nationale
Ce Master est inscrit au RNCP sous le code 38208.

Domaine : Entreprises et institutions

Parcours : Formation continue

Durée de la formation
1 an possibilité sur 2 ans

Rythme de la formation
Intensif : 2 à 3 jours par semaine ou étendu : 2 à 3 jours toutes les 2 semaines

Tarif
17 200€ (financement possible : individuel, plan de développement des compétences, OPCO, Région et CPF)

Information et contact
Conseil et orientation
Hélène Fau-Prudhomot
helene.fau-prudhomot@sorbonne-universite.fr
Financement et contrat formation continue
Carine Bansede
carine.bansede@sorbonne-universite.fr

Responsable(s) de Formation



GUILLAUME LE SAULNIER
Maître de conférences

Coordination pédagogique

NADIA ALGADAFE
Assistante de formation

PRÉSENTATION

Prochains webinaires d'information en ligne pour rencontrer l'équipe du master Métiers de la communication

- lundi 24 novembre à 18h30
- mardi 16 décembre à 18h30

Je m'inscris

OBJECTIFS DE LA FORMATION

Le master Métiers de la communication prépare à l'exercice de la communication en entreprise, en agence, ou dans le cadre d'organisations à vocations diverses (associations, institutions politiques ou sociales, etc.), en formant aux outils de la communication et à la mise en œuvre et à l'évaluation des politiques de communication. Il propose un panorama approfondi des enjeux de la fonction communication, et de son rôle stratégique d'accompagnement des changements dans un contexte marqué par des défis majeurs tels que la transition écologique et le développement de l'IA générative.
Le programme est porté par :
— des chercheurs en sciences humaines et sociales dont les enseignements permettent d'élargir ses connaissances théoriques sur la communication et d'analyser les transformations numériques et environnementales et la façon dont elles affectent les métiers de la communication
— des praticiens de la communication qui partagent leurs connaissances, compétences et expériences, notamment grâce à des études de cas.
La formation privilégie une pédagogie active et plurielle au service du partage des connaissances théoriques, méthodologiques et pratiques, et des échanges d'expériences au sein de la promotion.

PUBLIC

Le programme s'adresse aux professionnel.le.s (cadres ou assimilés du secteur privé ou public, managers, consultants) qui souhaitent :

Informations non contractuelles - PDF généré le 3/11/2026

— prendre du recul sur leur métier, approfondir et développer leurs connaissances et compétences dans la communication, et élargir leur perspective d'évolution (reprise d'étude)
— évoluer vers les métiers de la communication et donner un nouveau sens à leur carrière (transition professionnelle).

ORGANISATION DE LA FORMATION

La formation est structurée en 8 modules.
Elle se déroule à temps partiel, avec deux rythmes possibles. Le programme peut en effet être suivi :
— de façon intensive, à raison de 2 à 3 jours par semaine, sur 1 an
— de façon étendue, à raison de 2 à 3 jours toutes les 2 semaines, sur 2 ans.
L'organisation de la formation à temps partiel permet de poursuivre son activité tout en prenant le temps de se former et de réfléchir à son projet professionnel.
Il est possible de réaliser un stage pendant ou à l'issue de la période de formation (particulièrement recommandé pour les personnes effectuant une reconversion).

COMPÉTENCES VISÉES

La formation est structurée autour de 8 grandes compétences:
— Mettre en perspective, analyser et déconstruire les problématiques de communication dans les organisations, l'espace public et le champ médiatique grâce aux théories en sciences de l'information et de la communication.
— Maîtriser les évolutions des pratiques et les innovations liées aux transformations numériques et à l'IA, et élaborer des stratégies de communication digitale .
— Définir des plans d'action dans les champs d'application de la communication, grâce à une maîtrise des méthodes et des outils nécessaires à leur mise en place.
— Comprendre et maîtriser le rôle, les évolutions et les transformations de la fonction communication au sein des organisations.
— Comprendre la problématique de l'influence et appréhender la dimension économique et symbolique de la réputation et de l'image des organisations pour concevoir des stratégies permettant de les préserver.
— Comprendre les enjeux de la communication responsable dans le contexte des transformations sociales et environnementales, et être capable de mettre en œuvre des actions au service de ces enjeux.
— Accompagner les transformations d'une organisation dans un environnement complexe grâce au développement d'une vision stratégique de la communication, maîtriser des compétences en conduite du changement et développer leadership.
— Être capable de mettre en œuvre une démarche de recherche appliquée, en mobilisant les méthodologies des sciences humaines et sociales et en produisant un savoir fondé sur la distance critique et la réflexivité. Savoir problématiser, écrire et produire un raisonnement construit fondé sur des méthodologies en sciences humaines et sociales.

DÉBOUCHÉS ET CARRIÈRES

Au terme de la formation, les diplômés exercent :
— au sein d'un service de communication d'une entreprise, d'une administration, d'une collectivité locale, ou encore d'une association
— dans une agence ou un cabinet conseil
— en indépendant.
Ils et elles occupent des postes de chargé de communication, chef de projet événementiel, consultant, chef de projet en agence, directeur de la communication, responsable de la communication externe, des relations publiques, des relations presse, responsable communication interne, ou encore social media manager.

CALENDRIER DE LA FORMATION

La formation se déroule du 11 mars 2026 au 17 décembre 2026 (format intensif) ou jusqu'au 16 décembre 2027 (format étendu)

DIPLÔME

Cette formation délivre le diplôme national de master Information et communication, parcours Métiers de la communication.
Nombre d'ECTS : 120

PROGRAMME

480 h.
La formation est structurée en 8 modules.

MODULE 1 — COMMUNICATION ET SOCIÉTÉ : UNE APPROCHE PAR LES SHS

Ce module a pour objectif de former les stagiaires aux sciences humaines et sociales et aux théories de l'information et de la communication, pour leur permettre d'analyser et de déconstruire les problématiques de communication dans les organisations, l'espace public et le champ médiatique.
— Comprendre les grandes approches théoriques de la communication.
— Situer les grands enjeux théoriques et pratiques de la communication publique et politique.

Informations non contractuelles - PDF généré le 3/11/2026

MODULE 2 — COMMUNICATION ET TRANSFORMATIONS NUMÉRIQUES

Ce module forme aux transformations des pratiques dans les domaines de la communication et des médias liées à la révolution numérique et à l'IA, et à l'élaboration des stratégies de communication digitale.
— Comprendre la culture numérique et la place des réseaux sociaux dans la société contemporaine.
— Analyser ce que les IA génératives font à la communication, et prendre du recul sur les usages des IA.
— Savoir élaborer une stratégie de communication digitale.
— Intégrer les médias sociaux dans sa stratégie de communication.

MODULE 3 — LA COMMUNICATION DANS LES ORGANISATIONS : ENJEUX, MÉTIERS ET PRATIQUES

Ce module vise à donner une compréhension fine du rôle, des évolutions et des transformations de la communication au sein des organisations. Il s'agit d'appréhender les enjeux de communication au regard de la stratégie des organisations et de leur stratégie, et les différents métiers et leurs pratiques et outils
Les enjeux de la communication :
— Situer les enjeux de la communication dans la stratégie générale de l'entreprise.
— Produire une réflexion et une analyse des pratiques de communication dans les organisations.
— Prendre le recul nécessaire dans le cadre de sa propre pratique professionnelle, ou en vue de sa professionnalisation.
Les métiers et les pratiques de la communication :
— Situer les différents métiers de la communication au sein des organisations.
— Analyser les différents outils au service de la communication interne et externe, leur pertinence, leur complémentarité et les conditions de leur application.

MODULE 4 — PLANIFICATION STRATÉGIQUE DE LA COMMUNICATION

Ce module forme à la planification stratégique de la communication, notamment au plan de communication. grâce à une maîtrise des méthodes et des outils nécessaires à leur mise en place.
— Acquérir une méthodologie d'élaboration du plan de communication d'une organisation.
— Maîtriser les dynamiques de l'opinion.
— Être en mesure de déployer un plan de communication, depuis les choix stratégiques jusqu'à l'évaluation de la performance.
— Savoir gérer les situations de crise.

MODULE 5 — COMMUNICATION, MÉDIAS ET INFLUENCE

Ce module vise à comprendre la problématique de l'influence et à appréhender la dimension économique et symbolique de la réputation et de l'image des organisations, afin d'être en mesure de concevoir des stratégies permettant de les préserver
— Comprendre les processus d'influence, et le rôle et les limites des acteurs .
— Être en mesure de développer des stratégies et des politiques d'influence dans un monde médiatique très réactif.
— Savoir élaborer des stratégies médias pour la presse et réseaux sociaux, dans les domaines de la communication et du marketing.
— Maîtriser la prise de parole en public

MODULE 6 — RSE, COMMUNICATION RESPONSABLE ET TRANSFORMATIONS SOCIO-ENVIRONNEMENTALES

Ce module a pour objectif d'analyser les enjeux de la communication responsable dans le contexte des transformations sociales et environnementales, et de former à la mise en œuvre d'actions de communication au service de ces enjeux
— Acquérir une compréhension des impacts des enjeux socio-environnementaux sur les organisations (enjeux liés aux problématiques de genre, d'âge, écologiques, etc.).
— Connaître les concepts et pratiques de la RSE dans les organisations.
— Comprendre les enjeux d'une communication responsable et les bonnes pratiques en la matière.
— Être en mesure de mettre en place des plans de communication au service de la RSE.

MODULE 7 — FONCTION COMMUNICATION, LEADERSHIP ET ACCOMPAGNEMENT DU CHANGEMENT

Ce module vise à analyser les évolutions de la fonction et de la direction communication au regard des transformations

Informations non contractuelles - PDF généré le 3/11/2026

contemporaines et son rôle dans l'accompagnement des projets d'une organisation dans un environnement complexe. Il s'agit de développer une vision stratégique de la communication, et des compétences en conduite du changement et leadership.
— Être capable de mener une réflexion critique sur la question du pouvoir au sein d'une organisation, et sur les identités au travail et les rapports au sein d'une organisation.
— Développer son leadership et ses compétences en management.
— Savoir anticiper les transformations de la communication.
— Être en mesure de penser et mettre en œuvre le changement.

MODULE 8 — MÉMOIRE

Ce module a pour objectif de former à la démarche de recherche appliquée, en mobilisant les méthodologies des sciences humaines et sociales et en produisant un mémoire fondé sur la distance critique et la réflexivité.
— Savoir problématiser, écrire et produire un raisonnement fondé sur des méthodologies en SHS.
— Gagner en réflexivité et en expertise sur les pratiques professionnelles.

ADMISSION

PRÉ-REQUIS

— Posséder une appétence pour les sciences humaines et sociales.
— Avoir de bonnes qualités rédactionnelles et apprécier le travail d'écriture.
— Apprécier le travail en groupe et le partage d'expériences.
— Avoir une connaissance fine des organisations et, pour les candidats en reprise d'étude, des connaissances pratiques solides en communication.
— Être engagé dans une démarche de réflexion sur sa carrière.

CONDITIONS D'ACCÈS À LA FORMATION

Le master s'adresse aux personnes
— titulaires d'une licence (bac +3) ou d'un diplôme équivalent
— justifiant 3 années minimum d'expérience professionnelle (hors stage et apprentissage)
— ayant 26 ans (ou plus) au 1er janvier de l'année de formation.
Les candidats ne pouvant justifier d'un diplôme bac +3 peuvent déposer une demande écrite de validation des acquis pour dispense de titre (à joindre au dossier de candidature). Ils doivent toutefois être titulaires d'un diplôme de bac +2 et pouvoir justifier d'une expérience professionnelle de 3 ans minimum en rapport avec la formation visée.
Pour les personnes en transition professionnelle, ayant peu ou pas d'expérience en communication, le diplôme bac +3 est requis (niveau 6 RNCP).

COMMENT CANDIDATER

- Calendrier

Période d'inscription : **du 1er juillet 2025 au 9 février 2026**
Résultats d'admission : communiqués individuellement au fur et à mesure des commissions (septembre, octobre, novembre, décembre et janvier)
Un calendrier prévisionnel des concours est disponible ici.

- Étapes de la candidature

Le processus de sélection se fait en 3 étapes :
— examen du dossier et validation de l'admissibilité ;
— convocation à un entretien individuel devant une commission d'admission mixte (universitaires et professionnels) qui échange avec le candidat ou la candidate sur sa motivation, son projet professionnel et ses connaissances.
— délibération du jury d'admission qui arrête, en fonction des places disponibles, la liste des candidats admis, éventuellement complétée par une liste d'attente.

- Critères d'examen de la candidature

— Pour l'examen du dossier : l'évaluation du dossier se fait en fonction de l'expérience et du projet professionnel du ou de la candidat.e, ce au regard des objectifs de la formation. Ces critères viennent s'ajouter aux attendus exigés.
— Pour l'entretien oral : la discussion permet au candidat ou à la candidate de revenir sur son projet personnel et professionnel, et au jury de s'assurer de son adéquation avec les objectifs et le déroulé de la formation.

- Pièces obligatoires à joindre au dossier

Les éléments suivants seront demandés lors de constitution du dossier d'admissibilité sur la plateforme numérique d'inscriptions : https://concours-celsa.sorbonne-universite.fr/
— la photocopie d'une pièce d'identité

Informations non contractuelles - PDF généré le 3/11/2026

— les photocopies du baccalauréat et de tous les diplômes obtenus
— un curriculum vitæ détaillé et actualisé avec une photo
— les pièces justifiant de l'expérience professionnelle requise (certificats de travail ou photocopies des bulletins de salaires exclusivement) classées dans l'ordre chronologique et reprises dans un tableau récapitulatif : télécharger le modèle
— une note de 2 pages explicitant les acquis professionnels et personnels, les motivations pour la formation envisagée et le projet professionnel
— pour les candidats non titulaires d'une licence, une lettre adressée au directeur du CELSA formalisant une demande de validation des acquis professionnels (VAPP) pour dispense de titre.
— le règlement des frais de dossier est de 70 €. *Cette somme, servant à couvrir les frais de dossier, ne peut être retournée en cas d'absence ou d'abandon aux épreuves d'entrée*.

- Préparer le concours : bibliographie et conseils

Informations non contractuelles - PDF généré le 3/11/2026