

FORMATION ACCRÉDITÉE

Les Masters en formation continue de Com'Sup

DOUBLE DIPLÔME

**“Communication
des Organisations”**
Diplôme de second cycle BAC+5
Com'Sup

**“Politiques
de Communication”**
Master 2 Université de Versailles
Saint-Quentin en Yvelines

Le diplôme de second cycle Bac + 5 «**Communication des Organisations**» est développé en partenariat avec l'Université de Versailles Saint-Quentin en Yvelines. Cette formation permet d'acquérir des compétences théoriques, critiques et pratiques dans les différents secteurs de la communication des organisations et des entreprises. Elle forme des chargés de communication polyvalents, adaptables à des situations, des missions, des lieux différents, dans des structures privées ou publiques : entreprises marocaines, multinationales, agences conseil en communication, collectivités publiques, établissements financiers, banques, ONG, ... Organisé à temps partiel, ce master est compatible avec une activité professionnelle



Durée de la formation : 12 mois
Accessibilité : BAC + 4
Nombre d'heures de la formation : 750h (cours/tp/td/stage)

Déroulement des cours :
Cours du soir 2/3 fois par semaines
Et un samedi par mois

Double diplôme :
• Diplôme de second cycle (BAC + 5) «Communication des Organisations» de Com'Sup
• Master 2 «Politiques de Communication» de l'Université de Versailles Saint-Quentin en Yvelines.

Les débouchés professionnels

À l'issue de leur formation, les diplômés du Master sont recrutés pour prendre en charge les missions de communication d'une organisation publique, privée ou politique. Certains sont chargés de communication ou directeur de la communication, dans des entreprises de presse, des agences conseil en communication, dans l'industrie, la banque, la finance ; d'autres deviennent consultants ou conseillers en stratégie et en développement.

- Responsable/chargé de communication externe dans les organisations publiques et privées,
- Responsable/chargé de communication interne dans les organisations publiques et privées,
- Consultant marketing / Communication,
- Responsable/Chargé d'études marketing,
- Responsable Grands Comptes
- Responsable de la promotion des ventes
- Chef de publicité,
- Responsable clientèle,
- Chef de groupe,
- Chef de produit,
- Planneur stratégique/Média planneur
- Concepteur/rédacteur,
- ...



Objectifs de formation

- Former des professionnels capables de prendre en charge totalement des missions de communication dans une structure publique, privée ou politique.
- Former des responsables disposant de compétences spécialisées en tenant compte de la polyvalence des capacités requises par les activités inhérentes aux différents secteurs de la communication.
- Former des professionnels pouvant évoluer dans différents univers de compétences, techniques (TIC), culturels, interculturels, et capables d'adapter leur savoir-faire à la diversité des valeurs et cultures véhiculées par les organisations (entreprises, associations, administrations, institutions...).
- Former des professionnels maîtrisant les technologies de la communication ainsi que les outils permettant d'élaborer des plans de communication stratégiques.



Communication des Organisations



Organisation et moyens pédagogiques

LA 1^{ère} ANNÉE DU MASTER est un tronc commun associé à des matières spécifiques à chaque filière qui participe à définir l'orientation définitive de l'étudiant en 2^{ème} année. Elle est accessible en cours du jour ou en cours du soir.

- Elle s'articule autour de 4 périodes qui proposent une évolution progressive dans les **enseignements fondamentaux communs** et les **enseignements majeurs spécifiques**.

- Elle est axée autour d'un **projet fédérateur** annuel qui donne lieu à des **productions** effectives dans la majeure de spécialité.

- Elle est finalisée par un **stage et un rapport d'activité professionnel** dans un secteur d'activité en lien avec la filière d'orientation.



LA 2^{ème} ANNÉE DU MASTER est accessible en cours du soir uniquement.

Elle est organisée autour de :

- 2 pôles d'**enseignements généraux** qui permettent l'acquisition des connaissances fondamentales, des outils conceptuels et des méthodes de la communication, afin de mettre en œuvre des stratégies de communication dans les différents types d'organisations.

- De **séminaires de spécialisations** et d'un **stage professionnel** pour acquérir la maîtrise des différents outils, techniques et technologies de traitement de l'information et de la communication, des méthodes de travail, d'analyse et de réflexion.

Stage et mémoire professionnel de fin de cycle

Durant le Master, l'étudiant doit effectuer un stage professionnel de 10 semaines, au sein d'une entreprise, d'une collectivité, d'une association de son choix. Il devra accomplir une mission précise et assumer des responsabilités importantes. Il devra ensuite rédiger un rapport d'activité professionnelle présentant de manière pertinente et critique la nature de ses activités.

Ce rapport fait l'objet d'une soutenance orale devant un jury de professionnels et d'universitaires de Versailles Saint-Quentin en Yvelines et du Maroc.





Ecole Com'Sup

18 rue Bachir Al Ibrahimi,
Bel air - Casablanca - Tél. 05 22 47 30 67
05 22 49 11 63 - Fax : 05 22 48 07 79

Com'Sup Studio

13 rue Abouchouaïb Doukkali, Gauthier
Tél. 05 22 22 24 05 / 05 22 22 41 47

Médiathèque

4 rue Bachir Al Ibrahimi Bel Air
Tél. 05 22 27 90 09
Emails : comsup@comsup.ma

Ecole supérieure
de **communication**
et de **publicité**



Politiques de Communication

Contenus pédagogiques de la 2^{ème} année

ANALYSE DE LA COMMUNICATION

Unité d'enseignements fondamentaux

- Sociologie des métiers et des acteurs de la communication.
- Droit et déontologie de la communication.
- Crise et risques d'opinion.
- Sémiologie et interculturalité.
- Communication institutionnelle et plan de communication.
- Communication produit.
- Management des stratégies d'opinion.
- Théories des organisations et communication interne.
- Droit de l'information et de la communication (Maroc).
- Analyse des médias.
- Méthode de la science politique et de la communication.
- Éthique, développement et consumérisme durable.

SEMINAIRES DE SPECIALISATION

- Communication publique et locale : La communication publique et locale comme politique publique. Théorisation des pratiques, discours et enjeux.
- Communication publique et locale : La communication publique et locale comme politique publique. Théorisation des pratiques, discours et enjeux.
- Communication internationale et humanitaire : L'image de l'humanitaire international. Les ambiguïtés de la communication humanitaire.
- Sociologie des pratiques culturelles : Mettre en évidence les inégalités sociales persistantes d'accès à la culture et les différentes théories sociologiques permettant de les expliquer.
- Communication événementielle : Comprendre les bases et l'intérêt de la communication événementielle. Maîtriser les aspects logistiques et organisationnels d'un événement.

SEMINAIRES DE PROFESSIONNALISATION

- Média training : Maîtriser les techniques de l'interview face à la caméra et devant un micro ; construire son discours, hiérarchiser ses idées, délivrer un message clair dans un temps imparti.
- Pratiques du Multimédia : Interface et ergonomie web. Stratégies multimédia.
- Edition/Infographie : Maîtriser les principes de conception, d'organisation et de mise en page d'un projet d'édition, de brochure, de catalogue.
- Outils des relations publiques/relations presse : Acquisition des outils de communication écrite et orale permettant la réalisation de campagnes presse et d'opérations en relations publiques.
- Projets communs : Réalisation d'un support écrit, audiovisuel ou multimédia en groupe



Orientations pédagogiques

La démarche pédagogique du Master est résolument interactive et nécessite une implication réelle et responsable de chaque étudiant. Les étudiants sont formés sur les plans théorique et pratique à comprendre les phénomènes de communication en les replaçant dans leur environnement interculturel. L'accent est mis sur la capacité des étudiants : à diagnostiquer et interpréter des phénomènes de communication dans l'espace public ; à manager des stratégies d'opinion ; à adapter des contenus informationnels aux supports de communication ; à constituer et capitaliser les savoirs et la mémoire des organisations ; à utiliser la communication interculturelle comme outil de management

L'encadrement pédagogique et les enseignements sont assurés par des enseignants de l'Université de Versailles Saint-Quentin en Yvelines, des universitaires et des professionnels de la création et du multimédia au Maroc.

L'évaluation et les examens se déroulent dans les mêmes conditions que dans l'université partenaire.

Un double diplôme sanctionne la formation : diplôme d'état français de l'Université de l'Université de Versailles Saint-Quentin en Yvelines (Master 2) et diplôme de second cycle de l'Ecole Supérieure de Communication et de Publicité (Bac + 5)

Responsables du Master 2

M. Pascal Davin

M. Azzedine Lazrak