

Presentación

El máster de “Comunicación de las organizaciones”, rama “Estrategias y políticas de comunicación” pretende formar a futuros encargados de comunicación interna o externa, directores de comunicación, responsables o encargados de la comunicación corporativa, jefes de proyecto... para organizaciones del sector privado o público (agencias, empresas, instituciones públicas y privadas, asociaciones...). La formación ofrece a los estudiantes la posibilidad de dirigirse hacia el mercado laboral inmediatamente con un nivel Bac+5 (5 años de estudios superiores) o cursando un doctorado Bac+8 (8 años de estudios superiores).

In a nutshell...

Duración:
año(s)

créditos ECTS:

Nivel de estudio:

Objetivos

El máster de “Estrategias y políticas de comunicación” forma a los estudiantes para la concepción y aplicación operacional de políticas globales de comunicación partiendo de la estrategia hasta desarrollar las herramientas pasando por la organización y la gestión de un servicio integrado.

Establecimiento(s) cohabilitado(s)/asociado(s)

Contenidos de formación

Dos años de formación

El M1 (1er año del máster) es un tronco común entre las tres ramas del máster de “Comunicación de las organizaciones”, y consta de cursos comunes y cursos que preparan para la especialización de M2 (2do año del máster). El M2 es específico en cada rama y se organiza en 2 semestres: durante el primero se imparten los cursos y durante el segundo se realizan las prácticas profesionales.

Máster 1 (1er año del máster)

El primer año se organiza en dos semestres y consta de tres bloques distintos por semestre: un primer bloque de unidades de aprendizaje (UE) sobre teorías de las organizaciones, instituciones y de los públicos por una parte, y metodologías fundamentales para las ciencias de la información y de la comunicación – SIC – por otra parte; un segundo bloque de unidades de aprendizaje (UE) que aporta una profundización de las estrategias y el dominio de las prácticas de comunicación; y

un tercer y último bloque de UE dedicadas específicamente a los cursos de especialización previa en el ámbito de las estrategias y de las políticas de comunicación.

Máster 2 (2do año del máster)

El segundo año se organiza en dos semestres. En el primer semestre se imparten los cursos de especialización cuyo contenido pedagógico se centra principalmente en el proyecto editorial, los medios de comunicación de las empresas, la comunicación corporativa, la comunicación de marca, los espacios de comunicación y en las metodologías profesionales. El segundo se dedica exclusivamente a las prácticas profesionales, a la entrega y a la defensa del informe de prácticas (entre enero y junio).

Admisión/Acceso

- * Estudiante extranjero sin programa
- * Programa de intercambio

Orientación laboral

Inserción profesional

Perspectivas

Tras aprobar su 2do año de máster, todos los estudiantes se incorporan laboralmente en organizaciones de distinto tipo (agencias, empresas, instituciones...) y en sectores variados (público o privado, comercial o no comercial y sector digital en desarrollo...). Aparte de las profesiones de encargados de comunicación interna o externa, directores de comunicación, responsables o encargados de la comunicación corporativa, mediadores-coordinadores de la comunicación, jefes de proyectos, encargados de relación con la prensa (entre 60 y 70% de los perfiles de las profesiones), los estudiantes ocupan también puestos de community managers, de responsables editoriales de organizaciones, de redactores, en todo el territorio francés, y en el extranjero

Continuidad de estudios
