

## Le Répertoire National des Certifications Professionnelles (RNCP)

Résumé descriptif de la certification **Code RNCP : 23466**

### Intitulé

L'accès à la certification n'est plus possible (La certification existe désormais sous une autre forme (voir cadre "pour plus d'information"))

MASTER : MASTER mention INFORMATION COMMUNICATION

AUTORITÉ RESPONSABLE DE LA CERTIFICATION	QUALITÉ DU(ES) SIGNATAIRE(S) DE LA CERTIFICATION
Ministère chargé de l'enseignement supérieur, Université Charles de Gaulle - Lille 3	Ministère chargé de l'enseignement supérieur, Président de l'université de Lille III, Recteur de l'Académie de Lille

### Niveau et/ou domaine d'activité

**I (Nomenclature de 1969)**

**7 (Nomenclature Europe)**

**Convention(s) :**

**Code(s) NSF :**

320 Spécialités plurivalentes de la communication et de l'information

**Formacode(s) :**

### Résumé du référentiel d'emploi ou éléments de compétence acquis

Le master mention Information et Communication a une visée double propose **six parcours**.

#### Activités visées par le parcours **Communication Interne Externe**

Conception, coordination et mise en œuvre des politiques stratégiques de communication des entreprises et des organisations, dans des contextes organisationnels complexes et variés (secteurs industriel, commercial, culturel, agences-conseil en communication, associations, entreprises...)

Organisation et coordination des travaux courants des services de communication intégrés en entreprise ou des entreprises spécialisées en communication,

Programmation et articulation de la coopération de divers spécialistes (en interne comme en externe), pour la mise en œuvre de stratégies,

Animation et gestion des actions de communication.

#### Activités visées par le parcours **Communication et Management des Ressources Humaines**

Les activités portent à la fois sur les parties stratégiques et techniques de la communication interne, et sur les aspects communicationnels du management des ressources humaines au sein des entreprises et des organisations :

Elaboration d'un plan de communication interne,

Coordination de l'information par la conception d'actions et supports de communication interne

Animation des réseaux sociaux numériques internes,

Accompagnement des équipes managériales dans la conduite de projets, dans la conduite de changement, dans le pilotage des relations sociales,

Organisation, gestion et suivi des manifestations internes : rites d'organisation, intégration des nouveaux, conventions, lancement de produits, de services ou d'innovation techniques...

Contribution à la gestion des crises par une activité d'écoute et de veille,

Organisation, gestion et suivi de certaines missions RH : recrutement, qualité de vie au travail et Prévention des risques psychosociaux, prévention sécurité, gestion par les compétences et formation,

Animation et coordination d'un réseau de correspondants communication.

#### Activités visées par le parcours **Journalisme d'Entreprises et de Collectivités**

Pilotage et évaluation de la production de publications internes et externes (print et web) propres aux collectivités et entreprises depuis la conception de leur formule éditoriale jusqu'à leur impression et leur diffusion tout en assurant la cohérence d'un système informationnel transitant par différents supports.

Contextualisation du rôle des supports d'informations (journaux internes, sites Internet, réseau intranet, audiovisuels d'information, newsletter...) dans les politiques de communication des organisations,

Organisation et gestion de la conception d'un produit audiovisuel, d'un site, d'un réseau d'information.

#### Activités visées par le parcours **Communication et Organisations Publiques et Parapubliques Ces activités de management de la communication interne et externe et de gestion de projets s'inscrivent dans des structures publiques ou parapubliques, ou des organismes qui remplissent des missions de service public et centrés sur les usagers.**

Analyse des contextes des organisations publiques et parapubliques,

Appréhension des problématiques de changements de ces organisations en les situant dans un contexte plus global, des modes de fonctionnement managériaux à l'oeuvre dans ces organisations, Participation à l'élaboration de la stratégie de communication interne et externe,

Mise en oeuvre, développement et management des projets de communication,

Elaboration des budgets et des procédures, essentiels à la qualité et à l'efficacité des actions de communication (consultations, appels d'offres, commandes, passation de marchés...).

### **Activités visées par le parcours Communication et Développement des Territoires**

Analyse et étude des situations locales,  
Participation à la conception et à la mise en œuvre d'une politique de développement et de dynamisation d'un territoire,  
Soutien ou participation à l'émergence des idées de projets,  
Mobilisation des acteurs concernés et développement des partenariats nécessaires,  
Négociation et défense des projets puis conduite et coordination de ceux-ci,  
Soutien de la participation des habitants et accompagnement dans leurs démarches d'expression citoyenne,  
Promotion de la connaissance et de la visibilité des actions menées.

### **Activités visées par le parcours Société, Information, Communication**

Ces professionnels développent une expertise informationnelle, communicationnelle et/ou médiatique dans tout type d'organisation professionnelle comme dans les organisations publiques, sur les thématiques :

Information et communication dans les organisations,  
Culture et médias dans l'espace public,  
Innovation par l'usage et dispositifs numériques,  
Circulation de l'information et organisation des connaissances.

Ils peuvent exercer dans des fonctions de consultant en technologies et applications numériques, en stratégie communicationnelle, de responsable de projets de recherche et développement dans le secteur des industries de l'information et de la communication privées ou publiques...

A l'issue de cette formation, ces professionnels sont à même :

De comprendre les contextes organisationnels et sociaux et leurs enjeux,  
De mobiliser des connaissances pour l'analyse et la définition des enjeux et démarches de communication de l'organisation,  
D'identifier la pertinence des politiques, stratégies et plans de communication dans un contexte donné,  
D'élaborer, concevoir et mettre en œuvre les politiques de communication,  
D'utiliser les outils techniques au service des stratégies de communication mises en œuvre,  
De maîtriser les pratiques et les techniques de communication (pour communiquer et pour faire communiquer).  
De connaître les bases juridiques et les principes éthiques liés aux métiers de la communication,  
De maîtriser les techniques d'expression écrite et orale (problématiser, analyser, argumenter, synthétiser, traiter l'information,

communiquer)

De savoir travailler en mode projet : conception, gestion et accompagnement de projet

D'avoir l'esprit critique, de savoir conduire une analyse réflexive et distanciée

D'initiative, d'être force de proposition

De savoir travailler en équipe, d'être adaptable

De maîtriser les langues vivantes et, notamment, l'anglais, indispensable à l'exercice de ces métiers.

### **Secteurs d'activité ou types d'emplois accessibles par le détenteur de ce diplôme, ce titre ou ce certificat**

#### **Secteurs d'activités visés**

Entreprises (privées et semi-publiques)  
Organismes consulaires  
Fédérations interprofessionnelles  
Organisations culturelles  
Fonction publique : Collectivités locales et territoriales, administrations, structures intercommunales (EPCI, Pays...)  
Associations  
Fédération d'éducation populaire  
Industrie  
Commerce  
Services  
Médias  
Secteur culturel  
Agences conseil en communication  
Agences de publicité  
Événementiel  
Entreprises de production audiovisuelle

#### **Métiers visés**

chargé, responsable ou directeur de la communication interne / externe  
Responsable Relations Publiques  
Consultant en communication  
Chef de projet (agences, collectivités...)  
Chef de projet système d'information (intranet, réseaux sociaux d'entreprises)

Chargé de relations publiques, de communication événementielle, attaché(e) de presse  
Responsable de la communication interne / sociale  
Chargé(e) des relations sociales  
Consultant(e) en organisation, en relations publiques, communication institutionnelle, communication sociale  
Adjoint(e) au DRH  
Responsable de pôle / service (développement des carrières, formation, recrutement...)  
Journaliste d'entreprise  
Journaliste de collectivité  
Responsable des publications (internes et externes)  
Rédacteur  
Webmaster éditorial (entreprises, collectivités)  
Community manager  
Animateur de réseau (d'acteurs sociaux)  
Animateur de territoire  
Chercheur (après un doctorat)

Ci-après, vous trouverez la liste des principales fiches ROME associées à la mention. Pour aller plus loin, nous vous invitons également à consulter les fiches ROME Suivantes : K1404 Mise en œuvre et pilotage de la politique des pouvoirs publics ; M1502 Développement des RH ; M1503 Management des RH ; K2111 Formation Professionnelle ; E1104 Conception de contenus multimédia ; E1105 Coordination d'édition.

#### **Codes des fiches ROME les plus proches :**

E1103 : Communication

E1106 : Journalisme et information média

K1802 : Développement local

K2401 : Recherche en sciences de l'homme et de la société

M1402 : Conseil en organisation et management d'entreprise

#### **Réglementation d'activités :**

Sans objet

#### **Modalités d'accès à cette certification**

##### **Descriptif des composants de la certification :**

Le master se prépare en deux ans de formation organisée en 4 semestres, à raison de 12 semaines de cours par semestre. Les matières sont organisées en UNITES D'ENSEIGNEMENT (UE). La validation des semestres se fait sous la forme de contrôle continu et d'examen terminal donnant droit à des crédits ECTS (European Credit Transfert System) : 120 crédits ECTS pour valider le master.

Le programme comprend :

En Master 1 (tous parcours confondus) : environ 430 heures d'enseignement (cours de fin septembre à fin février) auxquelles s'ajoute un stage obligatoire de 3 mois minimum à temps plein à partir de début mars.

Approches conceptuelles et contextes professionnels

Communication, médias et société

Méthodologie, politiques et stratégies de communication

Approches disciplinaires des champs professionnels

Champs professionnels, problématiques et enjeux

Management et pratiques de la communication

Analyse des pratiques discursives

Initiation à la recherche

Ateliers « Projets »

Pratiques professionnelles

En Master 2 (tous parcours confondus) : environ 390 heures d'enseignement (cours de début octobre à fin mars) auxquelles s'ajoute un stage obligatoire de 3 mois minimum à temps plein à partir de début avril.

Approches conceptuelles et contextes professionnels

Problématiques et métiers de la communication

Mutations contemporaines des organisations publiques

Problématique du développement et mutations contemporaines des territoires

Approche communicationnelle des phénomènes sociaux

Communication en pratique : usages et enjeux

Spécificités sectorielles et communication

Métiers et fonctions de la communication interne

Méthodologies et outils d'intervention (audit communication interne, communication et management interculturel, négociation et

communication sociale)  
 Communication et méthodologie de projets  
 Expertise des pratiques professionnelles de la communication publique  
 Communication et management, communication et stratégie, mutations contemporaines  
 Le métier de journaliste d'organisation  
 Techniques du journalisme (écrit et AV multimedia)  
 Pratiques professionnelles et outils de communication  
 Initiation à la recherche  
 Mémoire de recherche  
 Études de cas, projets tutorés

En Master 2 (uniquement parcours Société, Information, Communication) : environ 220 heures d'enseignement et séminaires auxquelles s'ajoutent la rédaction d'un mémoire de recherche  
 Approche historique et épistémologique du champ  
 Approche professionnelle du champ  
 Séminaires de spécialité et problématiques de recherche  
 Séminaires complémentaires et problématiques de recherche  
 Problématiques et métiers : approches disciplinaires des champs

**Validité des composantes acquises : illimitée**

CONDITIONS D'INSCRIPTION À LA CERTIFICATION	OUI/NON	COMPOSITION DES JURYS
Après un parcours de formation sous statut d'élève ou d'étudiant	X	Enseignants chercheurs, enseignants et professionnels
En contrat d'apprentissage	X	<i>Uniquement le parcours Communication Interne et Externe</i> Enseignants chercheurs, enseignants et professionnels
Après un parcours de formation continue	X	Enseignants chercheurs, enseignants et professionnels
En contrat de professionnalisation	X	Enseignants chercheurs, enseignants et professionnels
Par candidature individuelle	X	<i>Possible pour partie du diplôme par VES ou VAP</i> Enseignants chercheurs, enseignants et professionnels
Par expérience dispositif VAE prévu en 2003	X	Jury d'établissement : Enseignants chercheurs, enseignants et professionnels

	OUI	NON
Accessible en Nouvelle Calédonie		X
Accessible en Polynésie Française		X

**LIENS AVEC D'AUTRES CERTIFICATIONS**

**ACCORDS EUROPÉENS OU INTERNATIONAUX**

#### Base légale

##### Référence du décret général :

Article D612-33 du code de l'éducation - Arrêté du 25 avril 2002 relatif au diplôme national de master paru au JO du 27 avril 2002.

##### Référence arrêté création (ou date 1er arrêté enregistrement) :

Arrêté de création : arrêté du 15 décembre 2010

Dernier arrêté d'accréditation : 17 juin 2015 - n° d'accréditation : 20150405.

##### Référence du décret et/ou arrêté VAE :

Décret 2013-756 du 19 août 2013 publié au JO du 20 août 2013 créant les articles R613-33 à R613-37 du livre VI du Code de l'éducation

##### Références autres :

#### Pour plus d'informations

##### Statistiques :

site de l'OFIVE : Observatoire des Formations et la Vie Etudiante de l'Université SHS Lille 3, pour plus d'informations sur la réussite et l'insertion professionnelle des étudiants-es.

<http://ofive.univ-lille3.fr>

**Autres sources d'information :**

<http://formations.univ-lille3.fr> (pour l'information détaillée de la formation)  
[université Lille 3 SHS](#)

**Lieu(x) de certification :**

Université SHS Lille 3 Charles de Gaulle - 59650 VILLENEUVE D'ASCQ

**Lieu(x) de préparation à la certification déclarés par l'organisme certificateur :**

UFR Développement Social, Education, Culture, Communication, Information, Documentation (DECCID) - Département Information  
Communication - rue Vincent Auriol - BP 35 - 59051 ROUBAIX/[www.unilille3.fr/fr/ufr-deccid/info](http://www.unilille3.fr/fr/ufr-deccid/info)Rue Vincent Auriol - BP 35 - 59051 Roubaix

**Historique de la certification :**

**Fiche remplacée par la fiche nationale n°31496**

Ce master s'appelait précédemment : Master mention Information Communication Culture et Documentation spécialité métiers de la communication.

**Certification précédente :** mention Information Communication Culture et Documentation spécialité Métiers de la Communication