

Diplôme de Sciences Po Grenoble-UGA - Parcours Communication politique et institutionnelle (CPI)



Niveau d'étude
visé
Bac +5



Durée
5 ans



Composante
Sciences Po
Grenoble - UGA



Langue(s)
d'enseignement
Français

Présentation

Ce parcours donne lieu à la délivrance de 2 diplômes : le diplôme de master en Information-communication, parcours communication politique et institutionnelle de l'Université Grenoble-Alpes, et le diplôme de l'institut d'études politiques de Grenoble. Il s'agit en effet d'un parcours construit en collaboration par les deux établissements.

Outre le développement des capacités de réflexion, d'analyse et de problématisation, la formation entend donner aux étudiants les bases utiles issues des différents savoirs théoriques interdisciplinaires (science politique, sociologie, sciences de gestion, sciences de l'information et de la communication, théorie des médias, marketing, etc.), ainsi que des connaissances et outils pratiques indispensables à la mise en œuvre stratégique.

Afin de stimuler l'ouverture, la réactivité, l'originalité et la pertinence indispensables dans ces activités professionnelles à vocation stratégique ancrée sur le terrain, la formation propose, en complément des cours fondamentaux, des séminaires transversaux, des ateliers de mise en situation professionnelle (réponse à des appel

d'offre et études, simulation d'une crise..etc), des rencontres avec des professionnels des secteurs concernés et de nombreuses études de cas. Elle est assurée à la fois par des universitaires et des praticiens en activité, selon une logique interdisciplinaire construite en partenariat avec d'autres masters et formations de Sciences Po Grenoble et de l'université Stendhal l'Institut de la communication et des médias.

L'ambition est de former des cadres spécialisés en communication immédiatement opérationnels pour analyser, préconiser ou concevoir des actions (publicités, clips, campagnes de communication, événements, stratégie digitale...), conseiller des organisations, des décideurs ou des acteurs politiques, cela grâce aux capacités réflexives et opérationnelles en matière de processus, dispositifs et images de la communication.

La question de la communication étant, par ailleurs, très importante en science politique et en sciences humaines et sociales, quelques étudiants pourront continuer en thèse sur ce thème, à la condition qu'ils aient obtenu un financement.

> [🔗](#) **Toutes les informations sur cette formation et ses modalités d'accès sur le site de Sciences Po Grenoble**

Compétences

Le parcours **Communication politique et institutionnelle** vise à permettre à ses étudiants de développer dans le temps de la formation des activités clés à vocation professionnelle. Un référentiel de compétences est associé à chaque activité. Le référentiel de compétences permet de préciser de façon ordonnée les étapes nécessaires à la bonne réalisation de l'activité.

Référentiels d'activités et de compétences visées par le parcours de formation.

1/ Production et diffusion de savoirs spécialisés en communication

Référentiel de compétences

- Repérer l'actualité émergente en lien avec des enjeux communicationnels ;
- Problématiser un enjeu communicationnel et mobiliser un cadre théorique adapté ;
- Réaliser une revue de littérature sur le sujet et réunir une bibliographie structurée ;
- Identifier et cartographier les parties prenantes concernées ;
- Concevoir et vulgariser des grilles communicationnelles sur la base de cadrages théoriques novateurs ;
- Concevoir et produire des supports communicationnels variés ;
- Organiser et promouvoir des événements grand public sur des sujets en lien avec la communication.

Blocs de compétences associés à l'activité :
RNCP34024BC01 - Conduire une analyse réflexive et distanciée prenant en compte la complexité d'une demande ou d'une situation ; RNCP34024BC05 - Travailler dans un cadre collaboratif

2/ Analyse stratégique et organisationnelle de la communication politique, publique et privée

Référentiel de compétences

- Identifier le périmètre d'étude et les enjeux communicationnels ;
- Contextualiser et identifier les parties prenantes d'une problématique de communication ;
- Réaliser une veille et un diagnostic stratégiques des forces et faiblesses d'un écosystème en lien avec la problématique ;
- Identifier et formuler les objectifs et les finalités en fonction des attentes d'une cible donnée (consommateurs, électeurs, usagers, acteurs institutionnels) ;
- Mettre en relation des informations dans une perspective critique ;
- Mobiliser un ou des outils méthodologiques en lien avec la problématique ;
- Produire et présenter une analyse stratégique, à l'écrit comme à l'oral, en français ou en anglais.

Bloc de compétences associé à l'activité : RNCP34024BC02 - Exprimer sa pensée de manière claire et concise à l'écrit comme à l'oral, en français et en anglais

3/ Conseil et appui d'opérations et de stratégies communicationnelles dans le domaine du politique, du public et du privé

Référentiel de compétences

- Assurer une veille sur des tendances et pratiques en lien avec la communication ;
- Recueillir les enjeux politiques et/ou de marché et les transformer en question d'études en communication ;
- Concevoir et rédiger une propale en intégrant les attentes et les besoins d'un public cible ;
- Justifier et présenter, à l'oral comme à l'écrit, la propale auprès d'un commanditaire ;

- Piloter le déploiement d'une stratégie de conseil et accompagner le commanditaire dans son implémentation et sa conduite à court et moyen terme.

Bloc de compétences associé à l'activité : RNCP34024BC02
- Exprimer sa pensée de manière claire et concise à l'écrit comme à l'oral, en français et en anglais

4/ Conception, mise en place et suivi d'outils de communication dans une organisation

Référentiel de compétences

- Identifier, définir et créer un dispositif de communication en lien avec l'objectif ;
- Tester et valider de nouveaux dispositifs de communication ;
- Réaliser et implanter un support de communication multi-canal en lien avec les besoins de la cible ;
- Suivre et mesurer l'efficacité d'outils de communication en ligne et hors ligne, et réaliser son reporting ;
- Réaliser le bilan des actions entreprises dans un objectif d'optimisation des process à venir.

Bloc de compétences associé à l'activité : RNCP34024BC02
- Exprimer sa pensée de manière claire et concise à l'écrit comme à l'oral, en français et en anglais

5/ Pilotage et mise en œuvre d'un projet de communication au sein d'une organisation

Référentiel de compétences

- Concevoir une stratégie de réputation d'une marque en ligne ou hors ligne, à destination d'un public externe ou interne, et la piloter ;
- Gérer une campagne de relation publique dans le privé ou le public ;
- Gérer et diffuser l'image d'une entité politique, de marché ou institutionnelle ;
- Identifier une situation de crise et mettre en place un plan spécifique pour la gérer ;

- Coordonner et gérer les parties prenantes, en interne et en externe, dans un projet de communication au sein d'une organisation ; ?
- Gérer et assurer la relation avec les prestataires et les parties prenantes d'un projet ;
- Mettre en place une campagne de mécénat et de fundraising ;
- Élaborer et suivre un budget prévisionnel.

Infos pratiques

Lieu(x) ville

 Grenoble

Référentiel RNCP

34024.

Programme

Organisation

Le deuxième semestre du M1 est un semestre "d'ouverture" qui offre aux étudiants la possibilité de choisir entre un stage en France ou à l'international d'une durée minimale de quatre mois.

Le deuxième semestre du M2 est consacré à la réalisation d'un projet de fin d'études dans le cadre d'un stage de six mois.

Nous offrons aux étudiants un large éventail de stages en tirant parti de notre réseau de partenaires et en exploitant le vaste réseau de nos anciens diplômés. Cela garantit aux étudiants un accès à des opportunités diversifiées et de qualité, adaptées à leurs aspirations professionnelles.