

DROIT, ÉCONOMIE, GESTION, MANAGEMENT, SCIENCES POLITIQUES
SCIENCES HUMAINES ET SOCIALES, ARCHITECTURE

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

Parcours commun avec l'Institut de la communication et des médias

Cette formation interdisciplinaire professionnalisante a pour vocation d'aborder les processus de communication dans toute leur diversité. Il s'agit de comprendre les grandes problématiques et enjeux communicationnels des organisations, et de développer les connaissances, les diverses capacités d'analyse et savoir-faire qui permettent de concevoir des stratégies et de mettre en œuvre des dispositifs de communication adaptés aux enjeux politiques contemporains.

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 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, 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 Grenoble Alpes.

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...), 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, quelques étudiants pourront continuer en thèse sur ce thème, à la condition qu'ils aient obtenu un financement.

>  [Plus d'information 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.