



**UNIVERSITE IBN ZOHR
FACULTE DES LETTRES
ET DES SCIENCES HUMAINES AGADIR**



CYCLE MASTER

COMMUNICATION DES ORGANISATIONS



Présentation



Le Master spécialisé « communication des organisations » se propose de former des spécialistes de la communication susceptibles d'intervenir auprès d'organisations privées et publiques. Cette formation s'articule autour d'un ensemble d'enseignements relatifs à la communication et mobilise un corps professoral universitaire de haut niveau et des professionnels de la communication venant de plusieurs secteurs (médias, services, collectivités locales, développement social, etc.).

Ce Master a pour vocation de former des cadres supérieurs en communication. L'objectif de cette formation est de doter les étudiants de compétences à même de leur permettre de maîtriser les différentes actions de communication : problématique, élaboration de stratégie et plan de communication, mise en œuvre et application, contrôle des résultats.

Deux stages sont prévus : 1 en première année, d'une durée de quatre semaines et un autre, en 2ème année, d'une durée de 6 mois et consiste en la réalisation effective et la responsabilité d'un projet ou d'une mission de communication.

Identification du Master

Intitulé du master : Communication des Organisations

Nature de la formation : Master Spécialisé

Spécialité : Communication des organisations

Domaine : Sciences humaines et SIC

Mots clés : Communication des entreprises, communication publique, communication des associations, communication interne et externe, relations publiques, communication de développement

Coordonnateur du Master : Pr. Abderrahmane Amsidder

Objectifs de la formation

Le Master « **Communication des Organisations** » a pour objectifs de :

- Former des cadres destinés aux métiers de la communication
- Doter les étudiants de compétences leur permettant d'exercer en tant que responsables dans les domaines de la communication et des relations publiques
- Fournir au milieu économique de la Région Souss-Massa-Draa, des cadres hautement qualifiés dans le domaine de la communication organisationnelle
- Impliquer les professionnels dans la formation et de permettre l'ouverture de l'Université sur le milieu socioéconomique

Compétences visées

- Compétences rédactionnelles,
- Aisance relationnelle,
- Esprit de synthèse et d'analyse,
- Compétences en gestion de projets,
- Compétences méthodologiques professionnelles (Enquêtes, Entretiens, Relations Presse, Plan de communication, Gestion d'événements, Prise de parole en public, etc),
- Compétences techniques professionnelles (Bureautique, infographie, Web, etc),
- Polyvalence.



Condition d'Accès Au Master

1. Conditions d'accès :

- ✓ Licences professionnelles (ou diplôme équivalent) en rapport avec la communication
- ✓ Licences fondamentales d'Etudes françaises, anglaises, espagnoles.
- ✓ Licences en Sciences juridiques et économiques
- ✓ pré-requis pédagogiques
- ✓ Maîtrise des langues : Français et anglais

2. Procédures de sélection :

- ✓ Etude du dossier
- ✓ Epreuve écrite dans la spécialité du master
- ✓ Entretien : Une commission examine les connaissances, les compétences et la culture générale des candidats, pour tester leurs niveaux et leurs capacités à suivre cette formation avec succès.

Débouchés et retombées du Master

Le Master spécialisé « **Communication des Organisations** » a comme retombées immédiates de permettre à notre Université de se positionner au niveau régional et national comme véritable pôle de compétences en matière de formation en communication des organisations.

Les principaux débouchés des lauréats du Master sont :

- Chargés de relations publiques ;
- Professeurs de TEC
- Responsables de communication,
- Agents de développement
- Communicateurs internes et externes

Employeurs :

- Collectivités territoriales (Communes,
- Conseils Provinciaux et régionaux, Wilayas, etc.)
- Bureaux d'études
- Entreprises et organisations
- Institutions et organismes internationaux
- Administrations publiques (Centres hospitaliers, Délégations : tourisme, culture, MEN, etc.)
- Universités



Organisation et Articulation de la formation

Axes de recherche

- ☆ Communication interne
- ☆ Communication de développement
- ☆ Communication externe
- ☆ Communication territoriale
- ☆ Didactique de la communication
- ☆ Communication interculturelle
- ☆ Communication politique
- ☆ Communication des organismes publics Etc.

La formation en Master « Communication des Organisations » s'organise en sessions comprenant 4 semestres :

Une 1ère année durant laquelle sont dispensés les modules des semestres S1 et S2

La 2ème année pendant laquelle sont dispensés les modules des semestres S3 et S4.

Les contenus des différents semestres et modules obéissent à une progression qui va du plus général au plus spécifique et du plus simple au plus complexe.

Les programmes proposés par l'équipe pédagogique en charge de ce Master permettent aux étudiants issus des différentes filières des langues de suivre le cursus proposé.

En outre, des passerelles seront possibles avec les masters de l'Université accrédités ou en cours d'accréditation.

Articulation avec les formations suivantes :

- Master spécialisé : « Tourisme et communication »
- Master spécialisé : « Migrations et développement »
- Master : « Comparative studies »
- Licence professionnelle : « Tourisme et communication »
- Licences fondamentales en langues : Française, anglaise, espagnole,

L'équipe pédagogique se compose d'enseignants chercheurs universitaires et de professionnels dont la pratique sera un atout majeur pour les étudiants.

Contenu du Master :

«Communication des Organisations »

SEMESTRES	MODULES		INTITULES DES MATIERES
	N°	INTITULES	
S1	M1	Communication, organisation	Théories de la communication
			Théories des organi
	M2	Communication nterpersonnelle	Psychosociologie de la communication
			Communication interpersonnelle
	M3	Marketing	Introduction au Marketing
			Marketing territorial
	M4	langue et technologies	Communication publicitaire
			Anglais professionnel 1
S2	M5	Stratégie de communication	Informatique
			Audit et plan de la communication interne
	M6	Communication, discours, événementiel	Communication externe
			Communication événementielle
	M7	Médias, Société et Communication	Analyse du discours
			Relations publiques
	M8	Outils et méthodologie	Communication interculturelle
			Communication et médias
S3	M9	Management et Gestion de l'entreprise	Relations presses
			Stage
	M10	Communication, territoire	Anglais professionnel 2
			Management
	M11	Méthodologie de recherche	Gestion des ressources humaines
			Communication publique
	M12	Outils	Communication des ONG
			Communication de développement
S4	M13	Stage et Projet	Méthodologie de recherche
			Techniques de recherches d'emploi
			Entreprenariat
			Création de Web
			Stage et rapport