

DÉLIBÉRATION n° 2025-03-08-7

Le conseil d'administration, en sa séance du 08/03/2025,
sous la présidence de Monsieur Franck Frégosi (doyen d'âge),

Vu le Code de l'Éducation, notamment ses articles D. 741-9 à D. 741-11 ;
Vu le décret n°89-902 du 18 décembre 1989 relatif aux instituts d'études politiques dotés d'un statut d'établissement public administratif associés à une université ou à une communauté d'université et établissements ;
Vu le règlement des études l'institut d'études politiques d'Aix-en-Provence ;
Vu le règlement intérieur du Conseil d'administration ;

DÉCIDE :

OBJET : Modification du certificat « communication – COSI »

Le conseil d'administration approuve la modification du certificat « communication – COSI » telle qu'elle est proposée dans la note annexée à la présente délibération.

Membres en exercice : 30
Quorum : 15
Présents et représentés : 26
Majorité des présents et représentés : 14

Cette délibération est adoptée par le conseil d'administration après en avoir délibéré et à l'issue d'un vote des membres par 26 voix POUR, 0 voix CONTRE et 0 abstention.

Fait à Aix-en-Provence, le 08/03/2025

Franck Frégosi
Directeur de recherche au CNRS



DATE AFFICHAGE ET PUBLICATION : 26/03/2025

CERTIFICAT
COMMUNICATION & STRATÉGIES D'INFLUENCE
À L'ÈRE NUMÉRIQUE • COSI
120H

UE 1 – Analyser les enjeux actuels de la communication (36h)

- UE 1.1 Concepts fondamentaux de la communication (12h)
- UE 1.2 Analyser un problème communicationnel (note d'analyse) (12h)
- UE 1.3 La communication comme (re)création, art et culture (12h)

UE 2 – Maîtriser les outils et techniques de la communication (45h)

- UE 2.1 Pratiques rédactionnelles (6h)
- UE 2.2 Progiciels de conception graphique (12h)
- UE 2.3 Etablir un plan de communication (9h)
- UE 2.4 Relations publiques et communication événementielle (9h)
- UE 2.5 La communication digitale (9h)

UE 3 – Piloter/accompagner le changement par la communication (39h)

- UE 3.1 Fabriquer de l'attractivité : le marketing territorial (9h)
- UE 3.2 Informer, sensibiliser les publics : la communication publique (9h)
- UE 3.4 Communication d'influence : lobbying et Advocacy (9h)
- UE 3.3 Impliquer les parties prenantes : concertation et acceptabilité (6h)
- UE 3.6 Faire face à l'urgence : la communication de crise (6h)

LA NOTE D'ANALYSE

L'évaluation des étudiant-es du certificat CoSI est basée sur la note d'analyse de 15 pages (hors bibliographie et annexes), portant sur une étude de cas problématisée et rédigée sous la direction de deux membres de l'équipe du pédagogique.

Le sujet du dossier est élaboré par chaque étudiant-e e dès le début de la formation (septembre-octobre), consolidé à travers une pré-note d'analyse (présentation de l'étude de cas, question de recherche, bibliographie d'appui) puis validé par le responsable du certificat (décembre). La rédaction de la note d'analyse est ensuite réalisée (janvier-mai) avant de faire l'objet d'une soutenance orale dans le cadre d'une table-ronde réunissant les étudiant-es et l'équipe pédagogique (juin).

Un vademécum remis en début de formation expose les objectifs, la méthode et les critères d'évaluation de la note d'analyse. Il comporte également une bibliographie de référence ainsi qu'une liste d'articles dont la lecture est vivement conseillée pour aborder une problématique de communication institutionnelle, c'est-à-dire une situation dans laquelle une ou plusieurs institutions publiques voient leur stratégie de communication mise au défi. Afin de mettre en perspective l'étude de cas, la note d'analyse mobilise les outils des sciences des médias et de la communication. Le cas porte indifféremment sur un enjeu d'acceptabilité sociale (répondre et éteindre des contestations, une controverse), de gestion de crise (impliquant la « marque », les services, produits ou représentants de l'institution), d'une adaptation ou modernisation de l'appareil de communication, ou plus classiquement d'évolution de la stratégie d'image.

Un module est dédié à l'accompagnement de la note d'analyse (UE 1.2).