

Master | Contrat d'apprentissage |
RNCP 38208

Master 2 Information, Communication - Parcours Médias, Langages et Sociétés (M2_MLS)

PRÉSENTATION

► Présentation de la formation

Le parcours du Master 2 Médias langages et sociétés en apprentissage est en cohérence avec le cadre national des formations : l'approche pluridisciplinaire en histoire, sociologie et sémiologie des médias et leurs environnements culturels permet une attention particulière pour comprendre les conditions de production, les langages et les conditions de réception de l'information et de la communication. Ces approches imposent une connaissance fine des milieux professionnels et des méthodologies appliquées à des corpus médiatiques et culturels, ainsi qu'une agilité en sciences sociales.

L'une des préoccupations de ce Master est une sensibilité à l'intelligence des publics et à leurs nombreuses compétences au regard des liens perméables entre l'information et la communication, les discours factuels et les discours fictionnels dans les paysages multiples des arènes numériques.

► Objectifs de la formation

- Maîtriser les processus nécessaires à la conduite d'une réflexion stratégique de communication globale
- Mobiliser les outils et moyens adaptés pour piloter et déployer un plan d'actions de communication
- Identifier les forces, les faiblesses, les moyens et l'environnement d'une organisation afin de lui permettre d'atteindre ses objectifs.
- Suivre l'état de la recherche et l'évolution de la réglementation en actualisant ses connaissances par une veille dans son domaine
- Gérer une situation de crise mettant en jeu l'institution/l'organisation et sa marque
- Mobiliser les techniques de production de supports (écrits, visuels, audiovisuels, multimédias) afin de mettre en oeuvre les stratégies retenues
- Réaliser et/ou superviser la réalisation de différents supports et outils de communication

► Métiers visés

- Conseiller-e ou consultant-e en communication
- Chargé-e de communication externe, interne
- Chargé-e de médiation scientifique

- Chargé-e de médiation culturelle
- Responsable des relations externes, internes, des relations publiques ou des services de presse
- Webmaster éditorial (entreprises, collectivités)
- Chargé de relations internationales
- Community manager

► Rythme d'alternance

Cours les lundi et mardi

► Dates de la formation et volume horaire

09/09/2024 > 26/09/2025 (450 heures)

Durée : 1 an

UNIVERSITE/ECOLE

► Adresse administrative Composante

Institut Français de Presse

92 rue d'Assas

75006 - PARIS



UNIVERSITÉ PARIS
PANTHÉON-ASSAS

ADMISSION

► Conditions d'admission

Pré-requis :

Les prérequis pour s'inscrire dans le master 2 Médias langages et sociétés sont de deux natures. D'une part les étudiants doivent être titulaires d'un Master 1 en Sciences sociales et si possible en Sciences de l'information et de la communication. D'autre part, il leur faut montrer une appétence pour l'étude des dispositifs de l'information et de la communication à travers leur parcours, avoir une bonne connaissance des objets culturels et médiatiques et avoir si possible une expérience professionnelle en tant que stagiaire dans les secteurs des médias, de la culture, de la communication, de l'art.

► Modalités de candidature

Pour les étudiants de l'Université Paris 2 Panthéon-Assas ayant validé une première année de master du domaine et de la mention à laquelle le parcours du master 2 est rattaché, l'admission en seconde année de master est de fait.

Pour les étudiants de l'Université Paris 2 Panthéon-Assas ayant validé une première année de master du domaine et d'une mention différente de celle à laquelle le parcours du master 2 est rattaché ou

d'un autre domaine : examen des dossiers de candidature. Une attention particulière est portée à la qualité du projet de l'étudiant décrit dans une lettre de motivation que l'on souhaite singulière.

Pour les étudiants d'un autre établissement ayant validé une première année de master quel que soit le domaine et/ou la mention : examen des dossiers de candidature. Une attention particulière est portée à la qualité du projet de l'étudiant décrit dans une lettre de motivation que l'on souhaite singulière.

CONTACTS

► Vos référents FORMASUP PARIS IDF

Soumia EL MALLOULI

contact@formasup-paris.com

Héloïse AVERLAN

Pour les publics en situation de handicap : consultez nos pages dédiées Apprenants et Entreprises.



PROGRAMME

► Code RNCP 38208

► Direction et équipe pédagogique

L'équipe pédagogique du Parcours Médias langages et sociétés dessine un projet pluridisciplinaire et professionnel ouvert aux problématiques de l'information et de la communication dans le contexte des arènes numériques et médiatiques. Historiens, sociologues, sémiologues, professionnels de la communication politique, professionnels des écritures médiatiques et fictionnelles, journalistes : c'est une équipe aux compétences multiples qui permet aux étudiants de comprendre dans un dialogue permanent ce que la culture universitaire et la culture de l'entreprise peuvent co-construire au profit des gestes de l'information et de la communication.

Direction de la formation :

- Frédéric LAMBERT Professeur des universités

Titulaires :

- Madame Lucie ALEXIS Maître de conférences

- Monsieur Jean-Baptiste COMBY Maître de conférences

- Monsieur Fabrice D'ALMEIDA Professeur des Universités
- Monsieur Jean-Baptiste LEGAVRE Professeur des Universités
- Madame Bibia PAVARD Maître de conférences
- Monsieur Rémy RIEFFEL Professeur des Universités

Professionnels :

- Monsieur Arnaud CHAMPREMIER-TRIGANO (communication politique)
- Madame Hélène MONNET-CANTAGREL (conception et réalisation de scripts)
- Madame Camille RENARD (responsable du pôle vidéo Radio-France)

Volume horaire
session -1
année 1



Programme détaillé de la formation

Les publics des médias	25h
Pratiques des médias numériques	25h
Atelier pratique : réseaux sociaux	15h
Initiation aux statistiques et à la fouille de données	20h
Dispositifs des mesures d'audience	20h
Atelier pratique : programmation audiovisuelle	20h
Techniques qualitatives d'enquête	25h
Atelier pratique : mener l'enquête	20h

Analyse sémiotique des publics	25h
Production audiovisuelle	25h
Atelier de production audiovisuelle	15h
Economie du numérique	20h
Web marketing	20h
Atelier pratique : propriété intellectuelle et environnement numérique	20h
Suivi mémoire professionnel	30h
Cours d'anglais spécialisé	25h
Enseignement propre à l'apprentissage	50h
Voyage d'études	40h
Séminaire d'emploi	10h

► Modalités pédagogiques

La formation distingue quatre formes d'enseignements.

- Les cours théoriques développent une approche scientifique en sciences humaines et sociales, et plus particulièrement en histoire, sociologie et sémiotique des médias d'information et de communication.
- Les cours méthodologiques sont des cours d'applications des théories en sciences sociales : enquête sociologique, conception et expertise de projet éditoriaux, valorisation d'archives.
- Les ateliers professionnels donnent aux étudiants des compétences en communication politique, en écriture de projets, en communication numérique.
- Des séminaires accompagnent les recherches personnelles des étudiants et aboutissent à la rédaction d'un mémoire en sciences de l'information et de la communication.

L'un des ateliers, celui de projet professionnel, en partenariat avec le Palais de la Découverte, est conçu sous le format d'un hackathon.

► Contrôle des connaissances

Evaluations sous contrôle continu. Par exemple : restitution d'une recherche sous le format d'une séquence théâtrale ; conception d'une enquête sociologique en groupe ; écriture d'un dossier de presse ; réalisation d'une enquête de terrain sur les nouvelles formes de diffusion ou de réception des biens culturels ; production d'une vidéo de forme brève. Soutenance mémoire.

► Diplôme délivré

Diplôme national de niveau 7 du Ministère de l'Enseignement supérieur et de la Recherche

COMPÉTENCES

- Rédacteur à même de comprendre les spécificités des discours et des techniques rédactionnelles des entreprises publiques ou privées et particulièrement de la presse, de la télévision, de l'édition.
- Conseiller en communication dans les agences de conseil et d'expertise en information et communication.
- Conseiller en communication au sein des directions de la communication, pour la communication interne ou externe des organisations publiques (ministères ou collectivités locales), privées (entreprises) ou du monde associatif et des organisations non gouvernementales.
- Expertise et conseil en communication au sein des agences spécialisées en histoire des institutions ou des entreprises.
- Rédacteur et éditeur au sein des rédactions des agences de presse, photographie de presse, des images d'information et de communication ; édition en ligne et imprimée.

► Médias et sciences sociales

- Comprendre les discours, les productions, et les environnements professionnels de l'information et de la communication.
- Analyser et expertiser les langages de l'information au sein de la vie sociale.
- Comprendre l'écriture de l'actualité qui témoigne de la relation entre une société et son histoire.

► Ateliers de pratiques professionnelles

- Adapter les formes écrites et visuelles aux supports privilégiés par l'entreprise privée ou publique
- Apprendre à communiquer oralement dans différentes situations, dont celle de l'organisation de débats publics
- Interroger les productions de l'information de la communication et du journalisme dans les environnements pluriels des arènes numériques

► Médias, communication et politique

- Comprendre les institutions qui produisent l'information et la communication.
- Concevoir une enquête sociologique auprès des publics.
- Comprendre les contextes de conception et de réception de toutes les formes de discours du journalisme

► Recherches interdisciplinaires sur les médias

- Concevoir un sujet d'études sur les médias, les objets culturels, les réseaux sociaux, délimiter un corpus.
- Produire un geste pluridisciplinaire en sciences sociales pour faire l'expertise des messages d'information et de communication
- Écrire en s'informant par la littérature scientifique, organiser une veille scientifique, prolonger la recherche par des entretiens avec les acteurs de l'information et de la communication