Communication - Médias

Diplôme grand établissement grade Master | Contrat d'apprentissage |
RNCP 39136

# Master 2 Communication, Médias et Industries Créatives (M2_COM_IEP)

## PRÉSENTATION

### Présentation de la formation

Le Master communication, médias et industries créatives forme les futurs managers du secteur de la communication et des industries créatives.

Que l'on parle des métiers des agences (publicité, design, digital, corporate, PR...), des métiers des directions de communication, des métiers des médias et de la production ou des métiers des industries créatives (cinéma, jeu vidéo, musique, spectacle, éditions,...), le Master s'attache à donner un enseignement spécifique approfondi à tous les étudiants souhaitant se destiner à ces débouchés.

La formation repose sur un équilibre indispensable entre volet académique et professionnalisation. Elle propose ainsi de transmettre aux étudiants à la fois des connaissances fondamentales en sciences sociales permettant le développement du sens critique et analytique, mais aussi des connaissances professionnalisantes et une pratique opérationnelle, afin qu'ils soient capables de débuter une carrière immédiatement après obtention de leur diplôme.
La master propose également un parcours anglais "Communications, Media and Creative Industries" qui prépare plus particulièrement au marché international.

### Objectifs de la formation

- Comprendre les acteurs du secteur, leurs stratégie et leurs businessmodels
- Etre capable d'avoir une analyse réflexive permettant de produire une stratégie d'action efficace
- Savoir développer des concepts ou contenus (écrits, audio ou video) originaux, permettant de décliner cette stratégie
- Savoir les vendre
- Etre capable d'évaluer ces contenus, en lien avec le marché, et de les améliorer de manière itérative.

### Métiers visés

Le Master communication, médias et industries créatives est une formation unique qui assure avec succès des débouchés dans toutes les entreprises du secteur de la communication et des industries créatives, en France comme à l'international.
Un très large panel d'entreprises est intéressé par les diplômés du Master, telles : Amazon, Banijay,

BETC, Canal+, DDB, Disney, Edelman, Google, Havas, Kering, L'Oréal, LVMH, M6, Orange, Ogilvy, PWC, SNCF, Sony, TBWA, TF1, Ubisoft, Universal, Vivendi, etc.

### Rythme d'alternance

Rythme :

semestre automne : 2 jours entreprise / 3 jours à Sciences Po
semestre printemps : 4 jours Entreprise/ 1 jour à Sciences Po (vendredi)

### Dates de la formation et volume horaire

01/09/2025 > 04/09/2026 (405 heures)
Durée : 1 an

## UNIVERSITE/ECOLE

### Adresse administrative Composante

Ecole du Management et de l'Impact

27, Rue Saint-Guillaume

75007 - PARIS

### Siège Établissement

Institut d'études politiques de Paris - Sciences Po

27, Rue Saint-Guillaume

75007 - PARIS

## ADMISSION

### Conditions d'admission

Pré-requis :

Pas d'admission directe en M2.
L'entrée en Master en deux ans obligatoirement est ouverte aux étudiants :
- titulaires d'un diplôme français de niveau Bachelor ou Licence obtenu dans un établissement d'enseignement supérieur français ;
- titulaires d'un diplôme étranger de niveau « Undergraduate » (Bachelor of Arts / Bachelor of Sciences

/ licenciatura / Licence) ;
- pouvant justifier d'un cursus d'études supérieures validant 180 crédits ECTS (niveau Bac+3) obtenus dans un établissement d'enseignement supérieur français ou étranger ;
- pouvant justifier d'une validation des acquis de l'expérience (VAE) professionnelle de niveau équivalent aux 180 crédits ECTS obtenus dans un établissement d'enseignement supérieur français.

### Modalités de candidature

Le dossier de demande d'admission se constitue en ligne.
Deux phases :
- phase d'admissibilité constituée d'une double évaluation du dossier de candidature effectuée par deux membres académiques de Sciences Po.
- phase d'admission constituée d'un entretien, à l'issue duquel la commission d'entretien délivrera un avis.
Le jury d'admission fonde sa décision sur l'ensemble du dossier et sur l'avis motivé de la commission.

## CONTACTS

### Vos référents FORMASUP PARIS IDF

**Fatima TAK TAK**

contact@formasup-paris.com

**Sana SLAIMIA**

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

### Vos contacts « École/Université »

**DANTON Florence**

florence.danton@sciencespo.fr

**Blanc Catherine**

contact.apprentissage@sciencespo.fr

## PROGRAMME

### Code RNCP 39136

## Direction et équipe pédagogique

cf. programme

Liste des intervenants :

- Semestre d'automne S3 :

Cours Management & Leadership : Antoine MASINGUE; Anne ZHOU-THALAMY

Cours Mises en Situation : Jessica SCALE; Emilie PRADE/ Marie DE PLACE; Tiphaine HECKETSWEILER/ Véronique DURAN-RHEIMS; Simon GILLHAM ; Alastair MACLEAN /Fleur DU PASQUIER
Cours Digital & Data : Déborah MARINO, Thomas DE LATTRE; Gilles FREISSINIER, Raphaël BERGER; Benoît ZANTE, Quentin FRANQUE; Kevin ECHRAGHI, Antoine MESTRALLET; Jobic DE CALAN; Frederic-Gerard LEVEQUE
Cours Stratégie d'Influence : Alain PERON, Paul-Marie CHAUMONT; Christophe REILLE; Julie DE LA SABLIERE, Vincent DUJARDIN; Guillaume JUBIN, Xavier DESMAISON; Daniel SALTSMAN, Chloé VASSEUR; Arielle SCHWAB, Irina PUNGARU

Cours Communication de Marque : Denis GANCEL, Fady HAKIM RAHMÉ; William ELDIN; Wanessa DALI; Olivier SERE, François TENAILLE D'ESTAIS; Riccardo CERSOSIMO, Denise LEROY; Valentin JOOS, Pierre NABHAN
Cours Médias, Production et Industries Créatives : Lorenzo BENEDETTI ; Pauline DAUVIN; Stéphane HUARD; Laurence BENAIM; Nathalie OBADIA; Loïc DUROSELLE /Nicolas BOILEAU; Emmanuelle GUILBART-LEVY/Tiphaine de RAGUENEL; Marjolaine BOUTET
Cours Communication des Organisations Privées et Publiques : Laurent SACCHI; Nicolas GARDERES ; Fanny FOURNIER; Nicolas MOULIN; Odette TOMESCU-HATTO; Laure MODESTI; Henri LANDES / Mélina LONGPRE

Ateliers : Dimitri VASILJEVIC; Donato RICCI; Patrick DOS SANTOS ; Shiva TAGHAVI; Juliette SALES/Fabien SUAREZ

- Semestre de printemps S4 :

Préparation mémoire : David COLON

Cours Management & Leadership : Violaine GERMAIN; Isabelle LUGNIER

Cours Electifs : Julien MURESIANU; Sylvain PARASIE;  Mathieu JAHNICH; Kevin MELLET; Camille

MORVAN

Ateliers : Patrick DOS SANTOS; Marguerite CHEVREUL; Donato RICCI; Vladimir HAULET

| Programme détaillé de la formation | Volume horaire session - 1 année 1 |
|---|---|
| Management & Leadership (Cours magistral) | 12h |
| Digital et transformation numérique | 24h |
| Stratégie d'Influence | 24h |
| Communication de Marque | 24h |
| Communications des organisations privées et publiques | 24h |
| Médias et Industries Créatives | 24h |
| Conférence de préparation au mémoire obligatoire | 2h |
| Management & Leadership (seminaire) | 12h |
| Enseignements Electifs | 24h |
| Ateliers et professionnalisation | 235h |
| Des heures sur le programme ODAS seront rendues obligatoires si le contrat fait plus de 12 mois | |

### Modalités pédagogiques

Formation Commune - Cours fondamentaux - Séminaires - Etudes de cas - Masters class - Conférences - Tutorat individuel - E-learning - Plateforme de recherche, Visites d'entreprise - Accompagnement pédagogique individuel et collectif - speed networking - Accompagnement à la construction du projet professionnel

Enseignements en présentiel et en mode hybride.

### Contrôle des connaissances

Les modalités d'évaluation individuelles et collectives :
- Contrôle continu
- Examens (en salle ou à distance)
- Grand oral
- Restitution projets aux partenaires
- Rédaction mémoire
- Soutenance de fin de missions d'apprentissage

### Diplôme délivré

Diplôme de Grande école de grade Master délivré par Institut d'Etudes Politiques de Paris (Sciences Po / École du Management et de l'Innovation). Parcours Communication, médias et industries créatives. Diplôme national reconnu par le Ministère de l'Enseignement supérieur et de la Recherche

## COMPÉTENCES

Communication.
Conception de contenus multimédias.
Journalisme et information.

## Conduire une analyse réflexive et distanciée prenant en compte la complexité d'une demande ou d'une situation

- Rechercher, collecter de l'information ou des données. Hiérarchiser de l'information. Adopter une posture critique
Mener une veille sur l'actualité ou un domaine d'intérêt pour mettre à jour ses connaissances.
- Produire du sens à partir du traitement et de l'analyse de données chiffrées. Produire un diagnostic et/ou des recommandations.
- Repérer les jeux de pouvoir entre différents acteurs et les enjeux organisationnels.

## Exprimer sa pensée de manière claire et concise à l'écrit comme à l'oral, en français et en anglais

- Produire puis utiliser des supports de communication.
Articuler ses idées et ses arguments (étayés par des exemples) en fonction du destinataire.
- Réaliser des notes de synthèses ou des rapports structurés à partir des éléments d'informations recueillies.
- Formaliser clairement un point de vue et en le défendant pour tenter d'emporter l'adhésion de son auditoire.

## Organiser son travail selon le contexte et la demande

- Préparer les moyens nécessaires à la réalisation d'une tâche.
- Prioriser puis planifier sa charge de travail dans le temps pour atteindre des objectifs et respecter des délais.
- Evaluer puis redéfinir les activités prioritaires face aux contraintes et aux imprévus.

## Piloter un projet

- Mobiliser ses propres compétences et connaissances pluridisciplinaires dans le pilotage d'un projet.
- Etablir la faisabilité d'un projet. Maîtriser et manipuler les outils de gestion de projet.
- Encadrer une équipe pluridisciplinaire pour mener à bien un projet.

## Travailler dans un cadre collaboratif

- Donner son point de vue et en prenant en compte ceux des membres de l'équipe. Coordonner son travail avec les membres de l'équipe et en se répartissant les tâches.
- Prendre en compte les différents points de vue, négocier des suggestions et obtenir un compromis.
- Identifier et mobiliser les compétences des différents membres de l'équipe. Animer un groupe de travail au sein d'une équipe.