

Master | Contrat d'apprentissage | Contrat de professionnalisation |
RNCP 36768

Master 2 Industries Culturelles Parcours Industries Créatives et Médiatiques (M2_ICM)

PRÉSENTATION

► Présentation de la formation

Vous souhaitez devenir un-e professionnel-le des industries culturelles et créatives capable de conduire des projets au sein d'entreprises et équipements culturels ; vous vous projetez vers les métiers de concepteur-trice de projets culturels, de communication, marketing, développement culturel territorial et de relations avec les publics dans des secteurs aussi diversifiés que la musique, le spectacle vivant, le cinéma, l'audiovisuel, l'édition, les services culturels et acteurs du web, les cabinets de conseil et le mécénat, le tourisme culturel.

Le parcours Industries créatives et médiatiques propose de vous former, en articulant connaissances théoriques et savoirs professionnels, afin d'acquérir des compétences spécifiques au champ culturel.

L'enjeu principal du M2 parcours ICM est d'offrir une formation sur les grands enjeux et défis que rencontrent les industries créatives et les médias à l'ère du numérique et de la mondialisation, permettant l'intégration de savoir-faire, de modes de raisonnement, de normes et pratiques des univers professionnels constitutifs des industries culturelles, créatives et médiatiques.

Au terme de cette formation, les étudiant-es diplômé-es sont en capacité d'analyser les stratégies et politiques culturelles des structures dans leur rapport à leurs projets, à leur territoire, à leurs publics, à leurs partenaires. Ils et elles savent maîtriser les outils d'enquêtes, de recherche et d'analyse documentaire, ainsi que la rédaction de rapports d'étude, grâce notamment à leur expérience acquise durant la formation avec la rédaction d'un mémoire visant à auditer leur structure d'accueil en stage et en apprentissage.

► Objectifs de la formation

- * Conduire un projet (conception, pilotage, coordination d'équipe, mise en oeuvre et gestion, évaluation, diffusion) pouvant mobiliser des compétences pluridisciplinaires dans un cadre collaboratif,
- * Porter des projets au sein des différentes filières des industries culturelles et créatives, de leur production à leur diffusion jusqu'à leur valorisation (programmation, médiation, communication, commercialisation),
- * Maîtriser les diverses problématiques d'un projet, notamment lié au numérique, au sein d'une industrie créative et médiatique,
- * Concevoir et conduire des actions de communication liées aux industries créatives et médiatiques en

intégrant les outils numériques,

- * Maîtriser les stratégies des industries créatives et les enjeux de développement du secteur,
- * Développer des capacités d'expertise, d'étude et d'analyse.

► Métiers visés

L'intervention complémentaire d'enseignant-es-chercheur-es et de professionnel·les du domaine de la culture et des industries culturelles et créatives permet une articulation entre les approches, les savoirs et les mises en oeuvres théoriques, analytiques et pratiques.

Le domaine est appréhendé dans une conception plurielle amenant à former des futur-es cadres possédant une connaissance approfondie des stratégies des industries créatives et médiatiques et une capacité de définition des orientations et objectifs de leur institution, tout particulièrement des stratégies de ces industries dans le numérique.

Il vise ainsi à former des chef-fes de projet, et en particulier des chef-fes de projet numérique au sein des industries créatives et médiatiques, mais aussi des chargé-es de communication, des chargé-es des relations avec les publics, des chargé-es de développement culturel territorial, des chargé-es d'étude socio-économiques, des concepteur-trices et développeur-ses de projets cult

► Rythme d'alternance

Le rythme d'alternance est de fin septembre à fin décembre de 3j université / 2j structure d'accueil. Dès début janvier jusqu'à fin mars l'alternance s'inverse : 2j université et 3j structure d'accueil. Dès avril les étudiants passent à un temps plein d'apprentissage avec un suivi bimensuel. Puis, de mai à juillet le suivi devient mensuel (1j/mois).

► Dates de la formation et volume horaire

16/09/2024 > 30/09/2025 (441 heures)

Durée : 1 an

UNIVERSITE/ECOLE

► Adresse administrative Composante

UFR des Sciences de l'Information et de la Communication

99 Avenue Jean-Baptiste Clément

93430 - VILLETANEUSE



UNIVERSITÉ
SORBONNE
PARIS NORD

► Siège Établissement

Université Sorbonne Paris Nord

99 Avenue Jean-Baptiste Clément

93430 - VILLETANEUSE



ADMISSION

► Conditions d'admission

Pré-requis :

Peuvent candidater les étudiants titulaires de master 1 en sciences de l'information et de la communication, en sciences humaines et sociales, en sciences économiques et sciences de gestion.

► Modalités de candidature

Les candidatures seront examinées sur dossier puis sur entretien.

S'inscrire sur la plateforme Ecandidat.

CONTACTS

► Vos référents FORMASUP PARIS IDF

Vanessa MASSENGO-KEKOLO

contact@formasup-paris.com

Corinne MAIN

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



► Vos contacts « École/Université »

Contact Master Industries culturelles SPN - M2ICM

industries.culturelles@univ-paris13.fr

01 49 40 20 44

Industries culturelles Secrétariat

industries.culturelles@univ-paris13.fr

01 49 40 20 44

PROGRAMME

► Code RNCP 36768

► Direction et équipe pédagogique

Barbier Benjamin, Maître de conférences, Université Sorbonne Paris Nord

Beltan Michèle, Chef de projet Musiques du monde, Wagram, et Formatrice indépendante "Musique, digital et distribution"

Bénistant Alix, Maître de conférences, Universités Sorbonne Paris Nord, CO-DIRECTEUR MENTION "INDUSTRIES CULTURELLES", DIRECTEUR PARCOURS "INDUSTRIES CREATIVES ET MEDIATIQUES"

Blandin Claire, Professeure des universités, Université Sorbonne Paris Nord

Coudriou Cécile, PRAG, Université Sorbonne Paris Nord

Diarra Kani, CEO, Agence com'Kani

Ferrand Bérénice, Avocate et mandataire d'artistes-auteurs, Squair, Spécialiste en propriété intellectuelle, en droit du numérique, en droit des technologies émergentes et en M&A

Grandpierre Karine, Maître de conférences, Université Sorbonne Paris Nord

Louessard Bastien, Maître de conférences, Université Sorbonne Paris Nord

Da Costa Oliveira Bruno, Head of Digital/Replay Development, Indépendant (expérience chez Altice Group, NextRadio TV, e-TFI).

Matthews Jacob, Professeur des Universités, Université Paris 8 Vincennes - Saint-Denis

Mazel Quentin, Docteur en sociologie, Chercheur postdoctoral au Labex ICCA

Savignac Emmanuelle, Professeure des universités, Université Sorbonne Paris Nord, CO-DIRECTRICE MENTION "INDUSTRIES CULTURELLES"

Spanu Michaël, Docteur en sociologie, chercheur postdoctoral Marie Curie/Université de Manchester, Senior Researcher, Sound Diplomacy

Trudel Dominique, Maître de conférences, Audencia

Volume horaire
session -1
année 1



Programme détaillé de la formation

Mutations des industries culturelles et médiatiques	84h
Productions des industries créatives et médiatiques	24h
Communication et marketing à l'ère de l'économie créative	48h
Creative turn and digital transition in the Anglo-saxon countries	30h
Méthodologies et Professionnalisation	97h
Gestion de projet et management dans les industries créatives et médiatiques	50h
Actualité de la recherche, insertion professionnelle et mémoire	72h
Examens	30h
Evaluation	6h

► Modalités pédagogiques

Les cours s'organisent de la manière suivante : enseignement de fondamentaux, acquisition de notions et méthodologie, le tout sous forme de cours magistraux et travaux dirigés.

► Contrôle des connaissances

Contrôle continu et soutenance de mémoire.

► Diplôme délivré

Diplôme national de niveau 7 du Ministère de l'Enseignement supérieur et de la Recherche délivré par l'Université Sorbonne Paris Nord, Mention Industries culturelles.

COMPÉTENCES

- Conception et participation à des projets au sein des industries culturelles et créatives (niveau local, national, international) :
- Identification de l'environnement culturel, créatif et médiatique
- Études, organisation et mise en place de projets culturels
- Conception et participation à des opérations de circulation des savoirs
- Analyse de situations de communication / Analyse des offres et des politiques culturelles territoriales
- Élaboration de stratégies de communication et de médiation des structures culturelles
- Conception et participation aux actions de numérisation de la culture
- Participation à la gestion administrative et budgétaire des projets en industries culturelles et créatives
- Réflexion et participation à des projets mobilisant des ressources numériques
- Management des entreprises culturelles et des affaires culturelles au sein d'une organisation

► Mutations des industries culturelles et médiatiques

- Identifier, sélectionner et analyser avec esprit critique diverses ressources spécialisées pour documenter un sujet et synthétiser ces données en vue de leur exploitation
- Maîtriser et mobiliser les fondements théoriques et critiques de l'action, de la médiation et des politiques culturelles du domaine, aux échelles nationale et internationale
- Utiliser, différencier et interpréter les diverses formes d'écriture mobilisées dans les industries culturelles (écriture web, écritures sérielles, promotion médiatique, production journalistique, sciences sociales...)

► Productions des industries créatives et médiatiques

- Gérer des projets dans les industries culturelles, créatives et médiatiques
- Mettre en oeuvre des capacités d'expertise, d'étude et d'analyse dans le domaine de la culture et des industries culturelles, créatives et médiatiques notamment en lien avec les enjeux relatifs au numérique
- Concevoir et conduire des actions de médiation culturelle et de développement des publics

► **Communication et marketing à l'ère de l'économie créative**

- Identifier les usages numériques et les impacts de leur évolution sur le ou les domaines concernés par la mention
- Se servir de façon autonome des outils numériques avancés pour un ou plusieurs métiers ou secteurs de recherche du domaine

► **Creative turn and digital transition in the Anglo-saxon countries**

- Appréhender les enjeux sociaux, historiques, économiques, politiques, esthétiques et sémiologiques relatifs au développement des industries culturelles, créatives et médiatiques aux échelles nationale et internationales
- Communiquer à des fins de formation ou de transfert de connaissances, par oral et par écrit, en français et dans au moins une langue étrangère