

Master | Contrat d'apprentissage |
RNCP 38208

Master 2 Information Communication - Parcours Média, Publics et Cultures Numériques (M2_MEDIAPUB)

PRÉSENTATION

► Présentation de la formation

Le M2 Médias, publics et cultures numériques propose une formation de haut niveau dans les domaines des études sur les publics des médias, de la programmation et de l'édition de produits médiatiques et favorise ainsi la mise en pratique directe du bagage universitaire et l'acquisition d'une expérience professionnelle significative à travers l'apprentissage.

Objectifs :

- 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

Parrainé également par trois Instituts de référence spécialisés dans la mesure d'audience en France - Affimétrie, AudiPresse et Médiamétrie - ce Master propose aux étudiants de bénéficier d'enseignements professionnels élaborés en concertation permanente avec de nombreux acteurs professionnels du marché des médias, qui interviennent aussi dans certains modules. De surcroît, le M2 entretient des liens étroits avec les milieux socio-économiques à travers les entreprises qui accueillent des apprentis, notamment : AFP ; Radio France ; Canal + ; TF1 ; M6 ; France Télévisions ; Médiamétrie ; Havas Médias ; Orange ; IBM ; SNCF ; Areva ; SNCF ; Suez ; Lagardère ; Paris Match.

► Métiers visés

- Chargé d'études au sein des instituts d'enquête par sondage et des entreprises de conseil en communication
- Ingénieur d'études ou chargé d'études dans les groupes de communication privés ; dans les départements d'études et de recherche d'institutions publiques ou para-publiques des secteurs de la culture et de la communication
- Analyste des médias dans les bureaux de consultants en communication

- Programmateur dans les chaînes de radio et de télévision
- Chargée d'études Médias et Marketing

► Rythme d'alternance

Présence en entreprise:

1er semestre : lundi, mardi, mercredi

2nd semestre : lundi, mardi, mercredi

Présence à l'Université:

1er semestre : jeudi, vendredi

2nd semestre : jeudi, vendredi

► Dates de la formation et volume horaire

09/09/2024 > 30/09/2025 (450 heures)

Durée : 1 an

UNIVERSITE/ECOLE

► Adresse administrative Composante

Institut Français de Presse

92, rue d'Assas

75006 - PARIS



UNIVERSITÉ PARIS
PANTHÉON-ASSAS

► Siège Établissement

Université Paris-Panthéon-Assas

92, rue d'Assas

75006 - PARIS



ADMISSION

► Conditions d'admission

Pré-requis :

Le diplôme est ouvert aux titulaires de la première année de master en information et communication, en sciences humaines et sociales, sciences économiques ou juridiques ayant déjà acquis des connaissances du monde des médias écrits, audiovisuels numériques ou justifiant d'une expérience en la matière.

Une attention particulière est portée à l'adéquation de la formation antérieure avec le contenu du master, à l'acquisition d'un niveau de connaissances suffisant en rapport avec l'approfondissement proposé par le master et à la qualité académique de la formation reçue et des résultats obtenus.

► Modalités de candidature

Pour les étudiants de l'université Paris 2 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 et l'inscription administrative et pédagogique s'effectue auprès du service de scolarité de l'université.

Les étudiants d'autres établissements qui justifient de diplômes ou titres permettant l'accès à la 2e année de master sont soumis à une procédure de transfert-équivalence.

Les étudiants, quelle que soit leur nationalité, titulaires de diplômes étrangers sont soumis à une procédure de transfert-équivalence (le dossier doit comporter les documents relatifs à leur cursus accompagnés, dans le cas où la langue du pays ne serait pas le français, de la traduction en français par un traducteur assermenté). En cas d'admission, le dossier est soumis à la Direction de l'action internationale en vue de la reconnaissance des diplômes et titres présentés.

CONTACTS

► Vos référents FORMASUP PARIS IDF

Huguette NKONGI MBUNGU

contact@formasup-paris.com

Héloïse AVERLAN

Pour les publics en situation de handicap (RQTH ou non) : consultez notre page Alternance et Handicap



PROGRAMME

► Code RNCP 38208

► Direction et équipe pédagogique

Module 1 : Pratiques des publics et réseaux sociaux

Les publics des médias (Valérie Devillard, Pr. des Universités, Paris 2 Panthéon-Assas)

Pratiques des médias numériques (Cécile Méadel, Pr. des Universités, Paris 2 Panthéon-Assas)

Atelier pratique : réseaux sociaux (Manuel Da Cunha, Maîtres de Conférences, Université de Braga, Coordinateur du Master en Communication Digitale (UCP-Braga)

Module 2 : Approche quantitative des audiences

Initiation aux statistiques et à la fouille de données (Gaël Stephan, doctorant contractuel à Paris 2 Panthéon-Assas)

Dispositifs des mesures d'audience (Cécile Méadel, Pr. des Universités, Paris 2 Panthéon-Assas)

Atelier pratique : programmation audiovisuelle (Rémy Le Champion, Maîtres de Conférences, Paris 2 Panthéon-Assas)

Module 3 : Approche qualitative des publics

Techniques qualitatives d'enquête (Valérie Devillard, Pr. des Universités, Paris 2 Panthéon-Assas)

Atelier pratique: mener l'enquête (Valérie Devillard, Pr. des Universités, Paris 2 Panthéon-Assas)

Module 4 : Fabrique des publics

Analyse sémiotique des publics (Flore Di Sciullo, Docteur, Paris 2 Panthéon-Assas)

Production audiovisuelle (Thomas Scohy Auteur / Réalisateur / Producteur)

Atelier de production audiovisuelle (Thomas Scohy Auteur / Réalisateur / Producteur)

Module 5: Environnement numérique

Economie du numérique (Virginie Sonet, Maître de Conférences, Université Paris Nanterre)

Web marketing (Laurent Florès, Maître de Conférences, Paris 2 Panthéon-Assas)

Atelier pratique : propriété intellectuelle et environnement numérique (Agnès Granchet, Maître de Conférences, Paris 2 Panthéon-Assas)

Suivi mémoire professionnel (Valérie Devillard, Pr. des Universités, Paris 2 Panthéon-Assas)

Cours d'anglais spécialisé (Claire Wrobel, Maître de Conférences, Paris 2 Panthéon-Assas)

Enseignement propre à l'apprentissage /Tutorat (Emmanuel Bloch, Directeur de l'Information Stratégique Thales)

Volume horaire
session 2024 -
2025 année 1

Programme détaillé de la formation

Les publics des médias	25h
Pratiques des medias numeriques	25h
Atelier pratique : reseaux 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'enquêtes	25h
Atelier pratique : mener l'enquête	20h
Analyse semiotique 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 specialise	25h
Encadrement pour l'apprentissage	50h
Conférences, visites	50h

► Modalités pédagogiques

La formation se déroule sur 12 mois.

Les séminaires de recherche et le tutorat de l'apprentissage permettent un encadrement rapproché et individuel de chaque étudiant. Lors des séances en groupe et des rendez-vous individuels, les étudiants sont suivis pour l'évolution de leur projet de recherche et leur mémoire de Master mais peuvent également bénéficier de conseils de la part de leurs enseignants s'ils rencontrent des difficultés dans le suivi de la formation. Un coaching est mis en place afin que les étudiants préparent au mieux leur entrée sur le marché du travail. Il consiste en quatre rencontres personnalisées annuelles et dans la préparation de document de présentation pour les employeurs (notamment CV numériques, book et présentation individuelle des savoir-faire).

► Contrôle des connaissances

Validations par contrôle continu.

Le mémoire professionnel pour les étudiants du parcours professionnel fait l'objet d'un rapport écrit et d'une soutenance, sur 100 points ; une note inférieure à 60 points à l'épreuve du mémoire est éliminatoire.

► Diplôme délivré

Diplôme de Master. Domaine Sciences humaines et sociales ; Mention Information communication ; Parcours Médias et Mondialisation.

Diplôme national de niveau 7 du Ministère de l'Enseignement supérieur, de la Recherche et de l'Innovation, délivré par l'Université Paris 2 Panthéon-Assas.

COMPÉTENCES

Les étudiants viennent souvent parachever leur cursus au sein du M2 Médias, publics et cultures numériques en raison de sa spécialisation très approfondie dans les études des publics et de leurs usages médiatiques et numériques, ce qui constitue sa caractéristique essentielle.

- Conception, coordination et mise en oeuvre des politiques et stratégies de communication et de diffusion de l'information
- Participation à la réflexion stratégique sur la complémentarité des outils au service de la politique de communication.
- Sensibilisation des acteurs de la structure à la pertinence des actions de communication en vue de la mise en place d'une politique de marque
- Accompagnement des équipes managériales dans la conduite de projets ou de changement
- Veille informationnelle et stratégique dans le but de conseiller la direction et les services de communication
- Participation aux processus d'audit stratégique

► Communication internationale

- Communication internationale et interculturelle. Relations publiques.
- Stratégie de communication.
- Conception et coordination d'un événement (avec maîtrise des aspects "édition", "programmation", "communication", "création", "relations presse et partenariats").

► Création de contenus

- Gestion de projet.
- Conception de contenus multimédias.
- Ecriture de scripts. Réalisation vidéo.
- Approche des techniques de montage ;
- Journalisme.

► Etudes

- Réalisation d'enquêtes de terrain (entretiens, carnets de bord).
- Analyse de l'expérience audiovisuelle des consommateurs.
- Médiaplanning.

► Communication spécialisée pour le transfert de connaissances

- Identifier, sélectionner et analyser avec esprit critique diverses ressources spécialisées pour documenter un sujet et synthétiser ces données en vue de leur exploitation
- 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