

Master | Contrat d'apprentissage | Contrat de professionnalisation |
RNCP 31499

Master Sociologie Parcours Chargé d'Etudes en Sociologie Appliquée : Consommation et Communication Médias (M_CESSA)

PRÉSENTATION

► Présentation de la formation

Le master CESSA est un master en sociologie appliquée, labélisé par la fédération professionnelle du SYNTEC, formant, en alternance (apprentissage, contrat de professionnalisation) aux métiers des études, de l'expertise et du conseil dans quatre domaines en particuliers : la culture, la communication, la consommation, les médias [off ou on line].

Il s'appuie sur des enseignements méthodologiques, théoriques et techniques en sciences sociales (sociologie, histoire, anthropologie, sciences de l'information et de la communication etc) visant à décrypter la société et à comprendre les comportements et les représentations des individus.

Il a reçu de nombreux trophées SYNTEC consacrant les mémoires des étudiants sur des sujets divers et variés allant de l'usage des casques audio, à la crème de soin féminine, de Twitter à la réception de la TV par les jeunes, au JT regardé de 7 à 77 ans, à l'attachement des jeunes adultes pour leur peluche, aux motivations des naturistes, à la vie des cinquantenaires, au covoiturage. Autant de mémoires centrés sur la vie quotidienne des individus dans la société hypermoderne.

► Objectifs de la formation

- Maîtriser un raisonnement sociologique et une prise de distance par rapport au sens commun et identifier et utiliser les connaissances et problématiques de la discipline
- Construire des questionnements sociologiques à partir d'un sujet, de faits d'observation, d'un problème social, d'une demande institutionnelle ou d'une commande sociale et/ou privée
- Analyser les publics et les pratiques sociales
- Ajuster questionnements et méthodes de recueil et d'analyse de données aux objectifs de la recherche ou de l'étude, en fonction des populations concernées, des lieux et des conditions de l'enquête, du diagnostic ou de l'intervention

► Métiers visés

- Métiers des Études et du conseil
- Métiers du consulting
- Métiers de la communication/ médias
- Métiers des enquêtes

► Rythme d'alternance

Lundi/mardi/mercredi en entreprise et
jeudi/vendredi en cours à l'université

► Dates de la formation et volume horaire

1 ère année : 05/09/2024 > 01/09/2026 (442 heures)

2 ème année : 05/09/2024 > 03/09/2025 (436 heures)

Durée : 2 ans

Nombre d'heures : 878h

UNIVERSITE/ECOLE

► Adresse administrative Composante

Faculté Sociétés et Humanités - UPC

2 Rue Valette

75005 - PARIS



► Siège Établissement

Université Paris Cité

2 Rue Valette

75005 - PARIS



ADMISSION

► Conditions d'admission

Pré-requis :

En deçà de l'acquisition des diplômes, les prérequis pour entrer dans ce master sont fondés sur le savoir et le savoir-être : Aimer lire et écrire. Ne pas être rebuté par les chiffres. Maîtriser le français et l'anglais. Être curieux, motivé, engagé, agile. Avoir l'esprit corporate. Aimer travailler seul et en groupe. Avoir surtout envie d'apprendre, de découvrir, de déconstruire.

Être curieux, interroger les évidences, savoir observer, remettre en cause ses idées, être ouvert aux critiques.

Aimer lire, écrire, les chiffres, l'anglais, faire des recherches de données, suivre l'actualité etc.

Être capable de s'adapter, d'être flexible, savoir s'organiser, travailler seul et en équipe.

Année 1 :

Le dépôt d'une candidature est ouvert à tous les titulaires français ou européens d'une licence ou autre BAC+3 ou d'un titre équivalent. Pour les étudiants étrangers, niveau de français requis C1.

Public ciblé : tous les titulaires d'une licence ou d'un titre équivalent Bac +3 : sociologie, anthropologie, démographie, psychologie, marketing, sciences de l'information et de la communication, lettres, économie, sciences politiques, histoire, AES, sciences du langage, médiation culturelle, mathématiques, publicité, etc. ou validation d'acquis personnels et professionnels (VAPP D. 23/08/1985)

Année 2 :

Le dépôt d'une candidature est ouvert à tous les titulaires français ou européens d'un Master 1, Master 2 ou d'un titre équivalent. Pour les étudiants étrangers, niveau de français requis C1.

Public ciblé : tous les titulaires d'un M1 ou d'un M2 : sociologie, anthropologie, démographie, psychologie, marketing, sciences de l'information et de la communication, lettres, économie, sciences politiques, histoire, AES, sciences du langage, médiation culturelle, mathématiques, publicité, etc. ou validation d'acquis personnels et professionnels (VAPP D. 23/08/1985)

► Modalités de candidature

Les modalités des candidatures et des admissions pour le master CESSA se font en deux phases :

Phase 1 : examen des dossiers

Dossier de candidatures

Lettre de motivation (document obligatoire)

Curriculum vitae complet (document obligatoire)

Photocopie des relevés de notes bac et post bac (document obligatoire)

Autres : Fiche candidature CESSA (document obligatoire)

Phase 2 : après l'avis de la commission pédagogique entretien avec des professionnels des métiers des études et du conseil

Période des candidatures : entre mars et avril

Période des entretiens mai

A noter : pour les étudiants visant un M2, un petit conseil, candidater aussi en M1.

CONTACTS

► Vos référents FORMASUP PARIS IDF

Stéphanie SILVESTRE

contact@formasup-paris.com

Laëtitia CHIODI

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



► Vos contacts « École/Université »

SILVA Alma

cessa.ufr.shs@u-paris.fr

01 76 53 36 37

PROGRAMME

► Code RNCP 39691

► Direction et équipe pédagogique

Responsables de la formation sont :

Pascale Zobec, responsable pédagogique en M1 et responsable université-entreprise

Valérie Sacriste, responsable pédagogique en M2 et du diplôme

Intervenants

Les intervenants sont des professionnels des études, du consulting, des universitaires, des chercheurs du CNRS

► Contenus des enseignements

Les enseignements sont organisés selon sept grands axes qui correspondent à 7 UE que l'on retrouve en M1 et M2 :

Enquêtes quantitatives

Enquêtes qualitatives

Théories et perspectives sociologiques

Techniques et pratiques d'expertises professionnelles

Professionalisation : rapport d'expérience professionnel

Langue : anglais

Mémoire de recherche en sociologie appliquée

	Volume horaire session -1 année 1	Volume horaire session -1 année 2
Programme détaillé de la formation		
Enquêtes quantitatives	72h	72h
Enquêtes qualitatives	72h	72h
Théories et perspectives sociologiques	106h	104h
Techniques d'expertises professionnelles	84h	80h
Langue (et TOEIC)	36h	36h
Rapport d'expérience professionnelle	24h	24h
Mémoire	48h	48h

► Modalités pédagogiques

Pédagogie encadrée et active en effectifs restreints

Enseignements effectués par des universitaires, des professionnels des études, du consulting, du marketing, de la communication, des médias

Développement d'une réflexion personnelle (auto-analyse, bilan de compétence à chaque semestre)

Réalisation :

- Une enquête qualitative (en M1 et en M2) ;
- Une enquête quantitative (en M1 et en M2) ;
- Des études de cas ou d'expertise : en consommation, en marketing, en statistique, en gestion de projet (en français et en anglais), en communication, en marketing digital, en design thinking, en sociologies des modernités, de la culture, numérique etc. ;
- Un mémoire de recherche (individuel ou collectif) sur un thème au choix (en M1 et en M2) ;
- Un rapport professionnel (en M1 et en M2).

Deux certifications : TOEIC et Voltaire (Entraînement en M1 et passation en M2)

Participation aux actions du Syntec, d'Esomar, au printemps des études.

► Contrôle des connaissances

100 % en contrôle continu

Pas de deuxième session

Présence obligatoire aux cours et TD

Note éliminatoire à une UE : 7/20

Formation à suivre en maximum trois ans, le redoublement n'est pas automatique, il est laissé à l'appréciation du jury

Pour connaître le détail des modalités de contrôle des connaissances et compétences, veuillez prendre contact avec le secrétariat pédagogique.

Ce diplôme est éligible au titre de la VAE Décret n° 2002-590 du 24 avril 2002.

Année 1 :

Les évaluations portent sur les compétences devant être acquises pour chaque UE en M1

Année 2 :

Les évaluations portent sur les compétences devant être acquises pour chaque UE en M2

► Diplôme délivré

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

COMPÉTENCES

L'obtention du master permet grâce à sa formation en apprentissage d'accéder très vite au marché de l'emploi en travaillant de nombreux secteurs et environnements de travail.

- Analyse des situations, diagnostic social à partir des outils sociologiques ;
- Identification des freins et des leviers des changements ;
- Elaboration d'un objet d'enquête avec protocole méthodologique, restitutions et préconisations aux décideurs et conclusions scientifiques ; retour d'expérience et appropriation collective des résultats ;
- Planification de la mise en oeuvre et élaboration du suivi de projets (indicateurs, tableau de bord) en matière (selon les parcours) d'environnement, de discriminations ou autres problématiques sociales et politiques

► Connaissances

- Savoirs méthodologiques : les démarches et techniques d'enquêtes qualitatives et quantitatives, les méthodes informatiques de traitement des données...les procédés de communication et de valorisation de la recherche appliquée.
- Savoirs théoriques : concepts et théories sociales sur la modernité, l'hypermodernité, l'individu, l'identité, le lien social, la consommation, les usages (des objets, des techniques, des médias), la publicité, la culture, la communication politique, les techniques et les usages des sondages.
- Savoirs transversaux : Anglais (oral/écrit), Marketing, marketing digital, gestion des ressources bibliographiques, sémiologie, analyse médiatique et de discours, initiation au droit des enquêtés, Informatique (Office, Modalisa), techniques de rédaction et d'expression orale, gestion de projets.

► Savoir faire

- Diagnostiquer une situation, un marché, des tendances, des pratiques, des comportements
- Rédiger et présenter un bulletin de veille
- Constituer, gérer, traiter, analyser un ensemble d'informations, de données statistiques, de documents, de références bibliographiques
- Élaborer un cahier des charges
- Techniques d'enquête qualitative :
 - Observation ethnographique sur le terrain, observation on line [blog, forum, site], traitement médiatique de l'information, construire un guide d'entretien, des guides d'animation pour les focus groupes, mettre en place des forums, mener des entretiens.
- Techniques d'enquête quantitative : lecture de tableaux, vérification des données, traitement statistique d'analyse secondaire, création de questionnaire off ou on line, apprentissage des différentes méthodologies, utilisation des logiciels (Lime Survey, modalisa, R, maîtrise d'Excel).

► Savoir être et agir

- Être curieux, imaginatif, ouvert

Travailler de façon autonome

Travailler en groupe

Avoir un esprit de distanciation critique

Avoir une attitude empathique

Être proactif

Exécuter une tâche en respectant les consignes et les délais impartis à sa réalisation

- Prendre une décision en évaluant non pas seulement les moyens aux fins mais aussi les conséquences de ses actions sur les autres, le travail en équipe, la vie en groupe, le master

Respecter les principes de la confidentialité

- S'adapter aux divers mondes professionnels des études

S'engager et s'impliquer dans un projet et notamment en participant activement à la vie et au développement du master.

Avoir un esprit corporate