

RÉSUMÉ DE LA FORMATION

Type de diplôme : Master (LMD)

Domaine : Culture et Communication

Mention : Métiers du livre et de l'édition

Parcours type(s) :

* Commercialisation du Livre

Nature de la formation : Diplôme

Niveau d'étude visé : BAC +5

Composante :

UFR des sciences de la communication

Public cible :

* Étudiant

* Salarié - Profession libérale

* Demandeur d'emploi

Formation continue

Formation initiale

Validation des Acquis de l'Expérience : Oui

Formation à distance : Non

Présentation

Le Master Édition – Commercialisation du livre et Politiques éditoriales a pour objectif général de former des spécialistes de la chaîne du livre et, tout particulièrement de sa commercialisation tant physique que numérique. En première année, les étudiant-es suivent une formation commune et choisissent ensuite de poursuivre dans le M2 Commercialisation du livre ou le M2 Politiques éditoriales.

Objectifs

Ce Master vise à former en deux ans des professionnel-les susceptibles d'intervenir à tous les niveaux de la conception, la réalisation et la commercialisation des ouvrages, sur support papier comme sur support numérique. Il permet aux étudiant-es d'acquérir des connaissances développées en matière d'analyse des publics, de pratiques d'achat et de lecture, d'approche socio-économique du livre et de l'édition, de techniques et de stratégies éditoriales, de techniques de marketing et de promotion, d'expertise juridique, de savoir-faire dans le domaine de la vente et de l'achat de droits ou encore de pratiques de commercialisation, de diffusion et de vente, notamment en librairie.

Le programme articule connaissances théoriques et compétences professionnelles grâce aux interventions de nombreux acteurs de la chaîne du livre. L'accent est mis sur les applications du numérique dans le domaine du livre et sur la dimension internationale, en particulier au travers de stages hors de France proposés aux étudiants de la formation initiale, et d'accords avec des universités étrangères. De nombreux-ses intervenant-es professionnel-les, issu-es des structures les plus prestigieuses de l'édition, de la diffusion, de la distribution et de la librairie, participent à la formation.

Compétences visées

Les étudiant-es acquièrent une connaissance étendue de la chaîne du livre dans sa dimension internationale, de ses évolutions face au déploiement du numérique, et des problématiques professionnelles qui en découlent.

Les étudiant-es possèdent à l'issue de la formation des compétences :

- * méthodologiques d'analyse des situations de travail et de conduite d'équipes ;
- * techniques sur la fonction éditoriale et en matière d'analyse juridique ;
- * en planification et gestion du travail éditorial et commercial ;
- * dans le maniement des outils informatiques utilisés dans leur milieu professionnel ;
- * en matière d'élaboration de stratégies éditoriales et de politiques commerciales ;
- * en matière d'élaboration de stratégies de marketing et de promotion des produits des industries culturelles ;
- * dans l'analyse des publics.

Organisation

EN BREF

Durée : 2 ans

Rythme de la formation : Cours en semaine (journée)

crédits ECTS : 120

Langue d'enseignement : Français et anglais

Capacité d'accueil : 20 étudiants en M1 et 20 en M2

INFOS PRATIQUES

Candidature :
Du 7 mars 2022 au 25 avril 2022

Lieu(x) de la formation :
Villetaneuse

INTERNATIONAL

Stage à l'étranger : Optionnel

PARTENARIATS

Laboratoire(s) partenaire(s) :

La formation est organisée sur deux ans.

Master 1:

En formation initiale, les cours sont dispensés de fin septembre à fin février. Un stage obligatoire de 3 à 6 mois se déroule entre début mars et fin août.

Master 2:

En formation initiale, les cours ont lieu de fin septembre à fin février, puis sont suivis d'un stage obligatoire de 5 à 6 mois, entre début mars et fin septembre.

Les missions confiées aux stagiaires sont soumises à l'accord de la responsable de parcours. Ces stages font systématiquement l'objet d'une convention et d'un bilan final.

L'équipe pédagogique est composée d'une part d'enseignants universitaires reconnus par leurs travaux dans les champs des industries culturelles, de la sociologie et/ou de la socio-économie de l'édition et de la librairie françaises et francophones ; d'autre part, de professionnels confirmés issus des structures les plus prestigieuses de l'édition, de la diffusion, de la distribution et de la librairie.

Laboratoire des Sciences de l'Information
et de la Communication

EN SAVOIR +

Sites web :

Site Internet du Master Commercialisation
du Livre en FI

Année 1 / Semestre 1 :

UE 1 Socio-économie des industries culturelles et de l'édition (10 ECTS)

UE 2 Production du livre (fabrication, PAO) (10 ECTS)

UE 3 Edition numérique et conception graphique (10 ECTS)

Année 1 / Semestre 2 :

UE 4 Marketing, diffusion, distribution et promotion du livre (5 ECTS)

UE 5 Technologie de la librairie et animation des salons du livre (5 ECTS)

UE 6 Méthodologie (5 ECTS)

UE 7 Anglais de l'édition (5 ECTS)

UE 8 Rapport d'analyse (10 ECTS)

Année 2 / Semestre 3 :

UE 9 Histoire et sociologie de l'édition (10 ECTS)

UE 10 Gestion éditoriale (10 ECTS)

UE 11 Stratégies commerciales, diffusion, distribution marketing, communication et promotion (10 ECTS)

Année 2 / Semestre 4 :

UE 12 Droit de l'édition, droits dérivés, droits étrangers (6 ECTS)

UE 13 Edition numérique et commercialisation numérique (4 ECTS)

UE 14 Méthodologie et insertion professionnelle (5 ECTS)

UE 15 Anglais de l'édition et édition internationale (5 ECTS)

UE 16 Mémoire de fin d'études (10 ECTS)

Stage

Obligatoire (Stage obligatoire de 3 mois minimum est obligatoire en M1 et de 4 mois minimum en M2. Les missions confiées aux stagiaires sont soumises à l'accord du responsable de parcours. Ces stages font systématiquement l'objet d'une convention, d'un suivi mensuel et d'un bilan final.)

Contrôle des connaissances

Le contrôle des connaissances peut être effectué sous la forme de contrôle continu ou de contrôle final et varie selon les enseignements : examens, exposés, recherches personnelles ou en groupe, dossiers documentaires, présentations orales de projets liés au futur professionnel, rapports de stage, mémoires de fin d'études avec soutenance...

Programme

- Master1 Métiers du livre et de l'édition pa. Commercialisation du livre
- Master2 Métiers du livre et de l'édition pa. Commercialisation du livre

Conditions d'admission

Pour l'admission en première année, être titulaire d'une licence, quelle que soit la discipline.

Pour l'admission en deuxième année, être titulaire d'une première année de Master (ou équivalent).

Les candidat-es sont sélectionnés à partir d'un dossier, puis d'un entretien. Il est indispensable pour l'admission en apprentissage et fortement recommandé pour la formation initiale d'avoir effectué un ou plusieurs stages en maison d'édition, en structure de diffusion ou en librairie, en France ou à l'étranger. La maîtrise de l'anglais est indispensable.

Celles et ceux qui souhaitent poursuivre en M2 Commercialisation du livre sont sélectionné-es dès l'admission en M1.

La pertinence du projet professionnel et la motivation seront tout particulièrement examinées

Le Master est ouvert aux candidats relevant de la formation continue. Pour ceux qui demandent une validation de leurs acquis ou de leur expérience professionnelle, le dossier de VAP est examiné par une commission pédagogique, celui de VAE donne lieu à une audition devant jury.

Pré-requis nécessaires

- la culture générale et littéraire, la maîtrise de l'anglais ;
- les notes obtenues dans les années précédentes ;
- la mention obtenue au diplôme ;
- une maîtrise parfaite de la langue française écrite et orale ;
- l'expérience professionnelle (notamment en librairie et en édition) et la cohérence du projet professionnel.

Modalités de candidature

Candidature sur dossier et entretien.

Le dossier d'admission directe en deuxième année doit fournir une présentation du cursus suivi en première année de master par le candidat et le résumé de l'éventuel mémoire soutenu à cette occasion.

Candidature

Du 7 mars 2022 au 25 avril 2022

Droits de scolarité

Contribution Vie Étudiante et de Campus : 92 euros.

Pour obtenir l'attestation CVEC, se connecter à www.messervices.etudiant.gouv.fr

et avec votre compte à <https://cvec.etudiant.gouv.fr/>

Droits nationaux pour le master (LMD), soit 243 euros.

En formation continue :

Avec prise en charge : 5500€ / année de formation

Sans prise en charge avec accompagnement : 1000 € / année de formation.

Poursuite d'études

Doctorat.

Insertion professionnelle

Les fonctions auxquelles prépare le master s'exercent principalement dans les entreprises d'édition, (papier ou numérique), dans les entreprises de diffusion et de distribution du livre, dans les entreprises de vente du livre (librairies physiques ou en ligne et autres points de vente du livre, spécialisés ou non), ainsi que dans les structures de promotion et de médiation du livre (groupements professionnels, salons et fêtes du livre, structures publiques ou parapubliques).

Types d'emplois accessibles :

- * Libraire ;
- * Chef de rayon livres ;
- * Responsable livre de centrales d'achat ;
- * Responsable de diffusion ;
- * Représentant, délégué pédagogique ;
- * Responsable de distribution ;
- * Directeur commercial ;
- * Responsable de promotion ;
- * Chargé de projet marketing ;
- * Attaché de presse ;
- * Responsable des achats et des cessions de droits ;
- * Chargé des relations avec les libraires en maison d'édition ;
- * Responsable de manifestations et d'événements destinés à promouvoir le livre.

Contact(s) administratif(s)

Sophie NOEL

Responsable du Master 1 Édition - Commercialisation du Livre et Politiques Éditoriales FI

 sophie.noel@univ-paris13.fr

Sophie NOEL

Responsable du Master 2 Commercialisation du livre FI

 sophie.noel@univ-paris13.fr

Contact(s) administratif(s)

Secrétariat du Master 2 Commercialisation du livre en FI

Secrétariat du Master 2 Commercialisation du livre en FI
UFR des Sciences de la communication, 99 avenue J.-B. Clément
Bureau G 208
93430 Villetaneuse
Tel. 01 49 40 30 36

 master.comlivre@univ-paris13.fr

Secrétariat du Master Édition - Commercialisation du Livre et Politiques Éditoriales FI
UFR des Sciences de la communication, 99 avenue J.-B. Clément
Bureau G 208
93430 Villetaneuse
Tel. 01 49 40 30 36

 master.comlivre@univ-paris13.fr

Responsable Pôle alternance et formation continue UFR Sciences de la communication

Isabelle Auriel
UFR des Sciences de la communication 99 avenue Jean-Baptiste Clément
Bureau G 214
93430 Villetaneuse
Tel. 01 49 40 37 52

 formationcontinue.ufrcom@univ-paris13.fr

Contact(s) administratif(s)

Contact formation continue

Tel. 01 49 40 37 64

 acc-cfc@univ-paris13.fr

Site Internet du CeDIP



Contact validation des acquis

Tel. 01 49 40 37 04

 svap-cfc@univ-paris13.fr

Contact(s) administratif(s)

Service Valorisation, Orientation et Insertion professionnelle de l'Étudiant (Campus de Villetaneuse)

Tel. 01 49 40 40 11

 gestion.voie@univ-paris13.fr

Site Internet du VOIE



Programme

EN BREF

crédits ECTS : 60

- M1 Commercialisation du livre en initiale
 - Semestre 1
 - UE1 SOCIO-ECONOMIE, EDITION, LIBRAIRIE, INDUSTRIE CULTURELLE
 - Socio-éco du livre français et francophone

 - UE 2 SOCIOLOGIE DE LA CULTURE
 - Sociologie de la culture

 - UE3 ECONOMIE DE L' EDITION
 - Production du livre

 - UE4 PREPARATION ET ANIMATION DE SALONS DU LIVRE
 - Préparation et animation au salon de Montreuil

 - UE 5 TECHNOLOGIE DE LA LIBRAIRIE
 - Gestion de la librairie

 - UE 6 METHODOLOGIE
 - Bureautique
 - Correction / Préparation de copie
 - Semestre 2
 - UE10 RAPPORT D'ANALYSE
 - Actualité/stat/edition FR
 - Bureautique
 - Méthodologie de recherche
 - Techniques rédactionnelles

 - UE 7 COMMERCIALISATION NUMERIQUE
 - Vente numérique
 - Webmarketing

 - UE8 DIFFUSION ET DISTRIBUTION
 - Diffusion internationales
 - Diffusion des petits éditeurs
 - Distribution du livre
 - Structures de diffusion du livre

 - UE 9 ANGLAIS
 - Anglais

Programme

EN BREF

crédits ECTS : 60

M2 Commercialisation du livre en initiale

- Semestre 3
 - UE1 Histoire et Sociologie du livre et de l'édition
 - Histoire du livre
 - Sociologie de l'édition

 - UE2 Edition Numérique
 - Economie de l'édition numérique
 - Gestion de projets numériques

 - UE3 Droit de l'Édition
 - Achats et cessions de droits
 - Droit d'auteur appliqué au livre
 - Droits dérivés

 - UE4 Gestion Editoriale
 - La fonction éditoriale
 - Gestion de l'édition

 - Stratégies commerciales de l'édition
 - Direction commerciale
 - Direction des ventes
 - Les marchés internationaux du livre
 - Relations presse

 - UE6 Technologie numérique
 - EPUB
 - Fabrication
 - PAO

- Semestre 4
 - UE7 Méthodologie
 - Edition de beaux-livres
 - Edition BD
 - Edition scolaire
 - Livre pratique
 - Méthodologie et actualité de la recherche

 - UE8 Marketing
 - Marketing diffusion
 - Stratégies Marketing
 - Webmarketing

 - UE9 Anglais spécialisé
 - Anglais