

# MASTER MENTION CRÉATION NUMÉRIQUE PARCOURS INNOVATIONS EN COMMUNICATION

## RÉSUMÉ DE LA FORMATION

**Type de diplôme :** Master (LMD)

**Domaine :** Culture et Communication

**Mention :** Création numérique

**Parcours type(s) :**

\* INNOVATIONS EN COMMUNICATION

**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

En préparant les étudiants à la conception et à la conduite de projets numériques, le Master Innovations en communication met l'accent sur les innovations numériques (TNIC), la constitution de l'offre, la mise en marché, les modèles socioéconomiques, les usages, les enjeux sociaux et organisationnels et aborde les aspects juridiques et environnementaux.

Les diplômés devront :

- \* être en mesure d'assurer la conduite de projets innovants dans toutes leurs dimensions, – de l'analyse du contexte aux réalisations concrètes, et à l'évaluation des actions menées – en se positionnant à l'interface entre les compétences en recherche et développement, organisation, conception, communication et les compétences liées aux métiers spécifiques de l'entreprise et des institutions et en maîtrisant les techniques et méthodes de gestion de projet ;
- \* être en mesure d'analyser le contexte propre à l'intégration d'une innovation en communication, de prendre en compte la stratégie de l'entreprise ou de l'institution dans ce domaine, de déterminer des actions spécifiques de conduite du changement ;
- \* avoir une connaissance approfondie des supports numériques, maîtriser les principes de conception d'un produit/service numérique, les techniques de communication et la conduite d'études ainsi que l'analyse des enjeux de l'introduction et du développement des innovations ;
- \* pouvoir élaborer la construction d'argumentation pour justifier des choix relatifs aux projets, le diagnostic de besoins, l'évaluation des coûts et délais, l'établissement d'un cahier des charges, la rédaction de rapports, synthèses et supports d'information.

## Objectifs

Les objectifs scientifiques et professionnels sont :

1. Comprendre les enjeux stratégiques, sociaux, culturels et professionnels du champ du numérique ;
2. Construire une vision cohérente et raisonnée des principales problématiques théoriques, techniques et culturelles des TNIC, de leurs usages, de leurs marchés, ainsi que des mutations structurantes et innovations en Recherche et Développement,
3. Acquérir la maîtrise des outils conceptuels, des méthodes et savoir-faire technologiques,
4. Intégrer, tout en les questionnant, les savoir-faire, les modes de raisonnement, les normes et pratiques et les logiques éditoriales de l'univers professionnel,

## EN BREF

**Durée :** 2 ans

**Rythme de la formation :** Cours en semaine (journée)

**Précision du rythme :**

Début du Master 1 : 17 septembre 2018

Début du Master 2 : 24 septembre 2018

**crédits ECTS :** 120

**Langue d'enseignement :** Français et anglais

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

## INFOS PRATIQUES

**Candidature :**

Du 5 mars 2018 au 1 juin 2018

**Lieu(x) de la formation :**

Villetaneuse

## INTERNATIONAL

**plugin.odf:CONTENT\_PROGRAM\_INTERSHIP\_A**

Optionnel (uniquement la première année. En M2, le stage doit se dérouler obligatoirement en France.)

5. Créer des situations de réalisation, simulation, investigation de conduite de projet (projet tutoré, mémoire, maquette multimédias, crossmédias, mobilité, objets communicants, étude de cas, monographies d'entreprises),

6. Acquérir une double compétence : travail en autonomie individuelle et au sein d'équipes hétérogènes impliquant différents univers professionnels.

7. Engager un projet de recherche doctorale ouvrant sur une insertion professionnelle dans les centres de recherche et pôles de Recherche et Développement.

EN SAVOIR +

**Sites web :**  
Site Internet du Master Innovations en communication

## Compétences visées

Quatre niveaux de compétences et savoirs : la gestion de projet, le multimédia, les réseaux et services numérisés et les stratégies communicationnelles. Cette articulation favorise une cohérence forte et productive tant du point de vue des parcours rendus possibles et des passerelles entre des champs d'activités jusque-là cloisonnés. Elle permet ainsi aux étudiants d'acquérir les compétences en matière de management de projets numériques et innovants.

## Organisation

La formation est organisée en deux ans :

- La première année

Le premier semestre, d'octobre à fin janvier, est consacré essentiellement aux cours et projets et le second à un stage de 4 ou 5 mois pendant lequel les étudiants réalisent un rapport d'analyse sous la direction d'un enseignant de l'équipe pédagogique. Pendant le stage, un retour d'une journée à l'université par mois est prévu.

5 UE sont mutualisées avec le parcours Design d'interface multimédia et internet (tronc commun), 4 UE sont propres au parcours. Un projet tuteuré (enquête) est réalisé avec l'ensemble des étudiants et deux enseignants et donne lieu à la rédaction d'un rapport d'étude, et une réalisation numérique, en équipe.

- La deuxième année

Le premier semestre, d'octobre à fin janvier, est consacré essentiellement aux cours et projets et le second à un stage de 5 ou 6 mois, pendant lequel les étudiants réalisent un mémoire de master sous la direction d'un enseignant de l'équipe pédagogique.

## plugin.odf:CONTENT\_PROGRAM\_INTERSHIP

Obligatoire (de 3 à 4 mois en M1, période de février à mai ; de 5 à 6 mois en M2, période de février à juillet)

## Stages et projets tutorés

En M1, le projet tuteuré (de la promotion) donne lieu à l'étude du contexte socio-économique en relation avec la demande du partenaire entreprise/institution, l'élaboration d'une problématique et d'un cadre conceptuel, une étude de terrain par enquête, le traitement et l'analyse des données recueillies, enfin la rédaction d'une réalisation numérique et d'un mémoire en équipe.

En M2, des projets tuteurés sont proposés par petits groupes d'étudiants de la promotion, pour une analyse de réseaux de compétences et d'acteurs dans le secteur du numérique, en relation directe avec des enseignants-chercheurs et des acteurs professionnels.

## Contrôle des connaissances

Contrôle continu:

Le contrôle des connaissances est effectué sous la forme de contrôle continu et varie selon les enseignants-chercheurs : conception-réalisation numérique, dossiers documentaires, exposés, fiches de lecture, recherches personnelles ou en groupe, présentations orales de projets professionnels ou d'étude et de recherche, mémoires de fin d'études avec soutenance.

Rapport d'analyse (M1) et mémoire de recherche (M2).

## Programme

- Master1 Création Numérique - Innovations en Communication
- Master2 Création Numérique Innovation en communication

## Conditions d'admission

La 1<sup>ère</sup> année s'adresse aux étudiants titulaires d'une Licence (L3) ou d'une Licence Professionnelle et aux diplômés d'Écoles d'ingénieur. L'accès en Master 2 est possible pour les candidats titulaires d'une Maîtrise ou d'un Master 1. Toutefois, les places disponibles sont plus limitées. L'orientation vers les deux parcours s'effectue selon la formation initiale et le projet professionnel de chaque étudiant.

Le Master 2 accueille également des étudiants sous contrat de professionnalisation.

## Modalités de candidature

Le recrutement (M1 et M2) s'effectue sur dossier et entretien.

## Candidature

Du 5 mars 2018 au 1 juin 2018

## Droits de scolarité

Contribution Vie Étudiante et de Campus : 90 euros.

Pour obtenir l'attestation CVEC, se connecter à [www.messervices.etudiant.gouv.fr](http://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 :

Financement Fongecif ou Plan de formation entreprise : 5500€ pour M1 / 5500 € pour M2.

Financement personnel : 1000 € pour M1 / 1000 € pour M2.

## Poursuite d'études

Ce Master indifférencié conduit à l'insertion dans la vie professionnelle ou à une inscription en thèse .

## Insertion professionnelle

La formation vise la professionnalisation des futurs diplômés amenés à travailler au cœur des développements numériques et de la transformation digitale des entreprises et institutions et vise plus particulièrement les métiers relatifs aux fonctions de chef de projet, développeur de services en ligne, chef de projet éditorial, e-learning, éditeur électronique, courtier en informations, chargé de stratégie de veille, rédacteur de contenus numériques, administrateur de sites web, de services participatifs et d'intranet dans les entreprises, les start-up, les sociétés de conseil ainsi que les territoires numériques (collectivités territoriales).

La formation prépare également aux métiers du conseil et de chargé d'études, de préconisation ou d'évaluation, d'analyse des usages et besoins, de satisfaction clients et benchmarking.

- \* Les métiers du numérique et de l'Internet et du cross et transmédia

- \* Manager d'innovations communicationnelles
- \* Manager en ingénierie de la communication numérique interactive
- \* Chef de projet multimédia
- \* Responsable d'édition de produits et services numériques
- \* Responsable de ligne éditoriale
- \* Chargé.e d'étude de dispositifs numériques
- \* Concepteur/trice multi-supports
- \* Concepteur/trice - réalisateur/trice nouveaux médias et contenus
- \* Responsable de projet de marketing numérique
- \* Responsable de campagnes promotionnelles et publicitaires interactives
- \* Gestionnaire d'e-communautés (community manager)
- \* Consultant.e (en communication, organisation)
- \* Chargé.e de mission en communication
- \* Chargé.e de mission e-commerce, e-tourisme...

## Contact(s) administratif(s)

### Geneviève VIDAL

Responsable du Master 1 Innovations en communication

### Dominique CARRE

Responsable du Master 2 Innovations en communication

## Contact(s) administratif(s)

### Raoudha ESSADI

Secrétaire du Master Innovations en communication  
 UFR des Sciences de la communication, 99, avenue J.-B. Clément  
 Bureau G 210  
 93430 Villetaneuse  
 Tel. 01 49 40 20 44

 [master.innovation@univ-paris13.fr](mailto:master.innovation@univ-paris13.fr)

### Isabelle AURIEL

Chargée de projets formation continue et apprentissage / UFR Sciences de la communication  
 UFR Sciences de la communication, 99, avenue J.-B. Clément  
 Bureau G 214  
 93430 Villetaneuse

 [isabelle.auriel@univ-paris13.fr](mailto:isabelle.auriel@univ-paris13.fr)

## Contact(s) administratif(s)

### Contact formation continue

Tel. 01 49 40 37 64

 [acc-cfc@univ-paris13.fr](mailto:acc-cfc@univ-paris13.fr)

Site Internet du CeDIP

### Contact validation des acquis

Tel. 01 49 40 37 04

 [svap-cfc@univ-paris13.fr](mailto:svap-cfc@univ-paris13.fr)

## Contact(s) administratif(s)

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

Tel. 01 49 40 40 11

 [gestion.voie@univ-paris13.fr](mailto:gestion.voie@univ-paris13.fr)

Site Internet du VOIE

**Programme**

EN BREF

crédits ECTS : 60

Semestre 1

---

- Méthodologie et Outils Pratiques
  - Gestion de projet
  - Insertion professionnelle
  
- Approches et Theorie en SIC sic
  - Industrie cultuelles
  - Innovation et diffusion
  - Information et cognition
  
- Pratiques des technologies interactives
  - Démarches metho outils
  - Produits services Innovants
  
- Conception et realisation graphique multimédia
  - Conception graphique
  - Scenarisation ergonomie visuelle
  
- Stratégies Numériques
  - Enjeux du numériques
  - Veille technologique
  
- Anglais

Semestre 2

---

- Méthodologie et rapport d'analyse
- Projet tuteuré enquete parrainée
- Offre technologique et usage

Programme

EN BREF

crédits ECTS : 60

Semestre 1 IC2

---

- Innov comm problématiques contemporaines
  - Ind. culturelles et Ind. de la communication 2
  - Ind. culturelles et Ind. de la communication
  
- Methodologie et projet de fin d'étude
  - Methodologie et projet de fin d'étude
  - Methodologie et projet de fin d'étude 2
  
- Insertion professionnelle c média
  - Insertion professionnelle
  - Rencontres cross médias
  
- Mise en réseau et téléservices
  - Mise en réseau et téléservices
  - Mise en réseau et téléservices 1
  
- Gestion de projet
  - Gestion de projet 1
  - Gestion de projet 2
  
- Expl données et perspectives communicationnelles
  - Exploitation donnée perspectives comm 2
  - Exploitation données perspectives comm

Semestre 2 IC2

---

- Methodologie et mémoire de master
  - Méthodologie et mémoire de master
  
- Anglais innovations numériques
  - Anglais innovations numériques