

MASTER MENTION INFORMATION, COMMUNICATION PARCOURS POLITIQUES ET STRATÉGIES DES MÉDIAS ET DES INDUSTRIES CRÉATIVES

RÉSUMÉ DE LA FORMATION

Type de diplôme : Master (LMD)

Domaine : Culture et Communication

Mention : Information, communication

Parcours type(s) :

* Politiques et stratégies des médias et des industries créatives

Nature de la formation : Mention

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 2 Politiques et stratégies des médias et des industries créatives vise à former de futurs cadres en études et stratégies dans le champ des médias et de la culture. Il s'appuie sur l'expertise des chercheurs du LabSIC et des acteurs professionnels dans le domaine des politiques publiques, du conseil en stratégie et des études. Ainsi, les enseignements théoriques visent à familiariser les étudiants avec les approches françaises et étrangères des industries de la culture et de la communication et les enseignements professionnels ambitionnent de faire acquérir des outils d'analyse du marché et des modes de consommation des biens culturels et symboliques, et de formalisation de modèles socio-économiques. Ce Master 2, Recherche et Professionnel, propose un programme articulant exigence scientifique et compétences professionnelles dans un secteur en pleines mutations. Il permet la poursuite d'étude en doctorat.

Outre ces enseignements, la formation repose sur des modalités pédagogiques variées :

- * la mise en situation professionnelle par la conduite de projets (organisation d'événements, réalisation d'enquêtes...);
- * un stage obligatoire de 3 mois ;
- * la réalisation d'un mémoire de recherche appliquée.

Objectifs

Ce Master a pour objectif l'acquisition de connaissances et de compétences dans :

- * le domaine des politiques publiques et mutations des industries culturelles et créatives ;
- * la définition des orientations et objectifs stratégiques de ces organisations ;
- * l'élaboration et la conduite d'études (veille, états des lieux, synthèse et interprétation) de nouvelles offres de produits ou de services (modèle économique, prospective).

L'analyse stratégique et l'expertise médiatique seront les deux pivots transmis par le M2 PSMIC afin de pouvoir agir et décider dans un secteur en reconfiguration.

Compétences visées

La formation propose l'acquisition de connaissances historiques et socio-économiques sur le secteur des industries de la culture et de la communication (dont les médias, les annonceurs et les maisons de disque, etc.) et la compréhension des réalités professionnelles de ce secteur. La formation vise à souligner la nécessité de connaissances des politiques publiques (régulation et réglementation) et des modèles socio-économiques (mode de rémunération, monétisation, etc.).

EN BREF

Durée : 2 ans

Rythme de la formation : Cours en semaine (journée)

crédits ECTS : 120

Langue d'enseignement : Français

Capacité d'accueil : 20 étudiants

INFOS PRATIQUES

Candidature :

Du 18 juin 2018 au 7 septembre 2018

Début de la formation :

24 septembre 2018

Lieu(x) de la formation :

Villetaneuse

PARTENARIATS

Laboratoire(s) partenaire(s) :

Laboratoire des Sciences de l'Information et de la Communication

EN SAVOIR +

Sites web :

Les diplômés devront être en mesure d'assurer la conduite d'études socio-économiques et/ou prospectives dans ses aspects méthodologiques, ses enjeux stratégiques et ses modes de communication et de valorisation. Les diplômés s'assureront de l'adéquation entre cahier des charges, attentes du client et préconisations, par exemple la proposition de nouveaux modèles d'affaires.

Site Internet du Master Politiques et stratégies des médias et des industries créatives

Ils devront être en mesure de développer des stratégies et des politiques de communication et de se placer à l'interface entre les institutions publiques et les acteurs du secteur des industries de la culture et de la communication et ce faisant des médias de manière à faciliter les collaborations et les partenariats.

Ils s'appliqueront à mobiliser leurs connaissances et leurs esprits d'initiative dans la création d'outils d'analyse ad hoc en adéquation avec les mutations des logiques socio-économiques du secteur.

Organisation

Le projet pédagogique du *master 2* se structure autour d'enseignements théoriques fondamentaux, d'interventions professionnelles et de mises en situation professionnelles qui visent à permettre l'acquisition d'une expertise concrète sur les sujets et enjeux contemporains des secteurs des industries culturelles et médiatiques ainsi que des industries créatives. La formation est organisée selon une dynamique progressive entre le premier et le second semestre : cette organisation vise à permettre aux étudiants de gagner en autonomie dans leur réflexion et d'entrer en relation avec des savoirs professionnels et académiques pointus grâce à des espaces de discussion collectifs. Au second semestre, le stage constitue la mise en situation professionnelle : il est obligatoire et dure au minimum 3 mois.

Le mémoire de recherche et la soutenance concluent l'année de formation. L'accompagnement par l'équipe pédagogique et l'adossement au LabSic garantissent la qualité et l'effectivité de la recherche.

Stage

Obligatoire (Durée de 3 mois minimum)

Stages et projets tutorés

Projets :

Le master 2 permet aux étudiants d'acquérir des savoir-faire professionnels grâce à la mise en situation professionnelle au sein de deux projets tutorés. Ces enseignements sont coordonnés pédagogiquement par des intervenants professionnels et des enseignants-chercheurs ; les étudiants seront placés dans les conditions de réalisation de deux projets. Le premier consistera dans la mise en œuvre d'une étude de cas dont le sujet sera renouvelé chaque année en fonction de l'actualité du secteur : il supposera la mise en œuvre concrète de méthodes d'enquête et fera l'objet d'une présentation devant un jury de professionnel. Le second projet visera l'organisation de conférences professionnelles : cet événement devra être planifié et organisé logistiquement, mais surtout il donnera lieu à un travail de contacts, de définition de programmes et de contenus. Ces deux projets permettront aux étudiants de se constituer en équipe et d'être sensibilisés à la conduite de projet.

Stage :

Le stage est obligatoire sur une durée de trois mois minimum et de six mois maximum, en fonction du projet professionnel de l'étudiant. Il s'inscrit comme un temps indispensable à l'insertion dans le monde professionnel. Ce stage peut être réalisé aussi bien au sein d'une structure de recherche, d'une institution publique, d'une organisation parapublique ou d'une entreprise. Les missions du stage doivent être en adéquation avec les objectifs de la formation et permettant la mise en œuvre et l'acquisition de compétences dans le champ des études et des actions de développement stratégique.

Le stage peut constituer le terrain d'études que l'étudiant travaille et analyse pour son mémoire. Cependant, le mémoire ne peut en aucun cas s'apparenter à un rapport de stage. Il doit être problématisé et mobiliser des connaissances théoriques et une démarche scientifique argumentée. Dans ce cas, un échange entre le directeur de mémoire et le responsable de stage constituera une étape indispensable à la qualité de l'accompagnement de l'étudiant. Le responsable de stage est cordialement invité à participer en tant que membre du jury à la soutenance.

Programme

- Master2 Information, communication - Politiques et Stratégies des Médias et des Industries créatives

Conditions d'admission

Trois critères sont retenus :

- * Adéquation de la formation antérieure à l'offre de formation en Master 2 ou expériences professionnelles dans l'un des secteurs (Master 1 en sciences de l'information et de la communication, en économie de la culture, en sociologie de la culture ou des médias, en sciences politiques...);
- * Qualité des notes obtenues en M1 (en particulier au mémoire) et en licence 3 ;
- * Qualité du projet professionnel ou de recherche : présentation par le candidat de son projet dans un texte de 2 à 5 pages à remettre dans le dossier (présentation de l'objet de recherche ou du métier, positionnement théorique ou professionnel, bibliographie).

Une entrée au titre de la VAE ou des équivalences est prévue selon les règles en vigueur.

Accès possible par Validation des acquis professionnels (V.A.P.).

Les candidats intéressés, qui ne sont pas encore titulaires d'un master 1, peuvent choisir le master 1 "Cultures et médias" de l'UFR Sciences de la communication.

Candidature

Du 18 juin 2018 au 7 septembre 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

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

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

Frais de formation (formation continue) :

- Dans le cadre d'une prise en charge : 5500 euros ;
- Demandeur d'emploi non financé (acc. Spé) : 1000 euros ;
- Demandeur d'emploi et individuel non financé et bénéficiaires des minimas sociaux : Régime Formation initiale.

Poursuite d'études

Doctorat.

Insertion professionnelle

Les fonctions auxquelles prépare le master s'exercent principalement dans les Instituts d'études, les Institutions publiques (collectivités, ministères, autorité administrative indépendante, agence, commission européenne, universités ...), les Cabinets de conseils, les Entreprises médiatiques, les Industries de la culture, les Institutions culturelles, en particulier EPIC.

Les débouchés du master sont :

- * Ingénieur de recherche et développement ;
- * Conseiller ou consultant en stratégie ;

- * Responsable de projets stratégiques ;
- * Chargé de missions stratégiques ;
- * Conseiller en conduite du changement dans les industries de la culture et de la communication ;
- * Rédacteurs dans les médias spécialisés ;
- * Poursuite d'études en doctorat pour les métiers de l'enseignement et de la recherche.

Contact(s) administratif(s)

Sarah LABELLE

Responsable du Master Politiques et Stratégies des Médias et des Industries Créatives

Contact(s) administratif(s)


Secrétariat du Master Industries créatives et médiatiques

UFR des Sciences de la communication, 99 avenue J.-B. Clément

Bureau G 210

93430 Villetaneuse

Tel. 01 49 40 32 80

 master.psmic@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

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'Etudiant (Campus de Villetaneuse)

Tel. 01 49 40 40 11

 gestion.voie@univ-paris13.fr

[Site Internet du VOIE](#)

Programme

EN BREF

crédits ECTS : 60

- M2 INCOM - PSM
 - Semestre 1
 - Industries culturelles, industries créatives : théories et .
 - Cultural industries (en anglais)
 - Théories des industries de la culture et de la communication

 - Mutations des industries culturelles et créatives
 - Politiques publiques et cadres d'action
 - Droit et réglementation des ICC
 - Médiation et pouvoirs de l'information publique
 - Politiques publiques et promotion des Industries Créatives

 - Etudes et prospectives
 - Etudes : savoirs et savoir-faire
 - Projet : conduite d'une étude

 - Histoire et transformations des médias
 - Histoire des médias
 - Média, publics et représentations
 - Semestre 2
 - Management et stratégies
 - Culture, publics et innovation
 - Stratégies et management des médias

 - Séminaire international : approches critiques des IC
 - Mémoire de recherche
 - Atelier de recherche
 - Mémoire et soutenance