



Master Information Communication - rentrée 2019

000

Le nouveau Master Information, communication se décline en 6 parcours et un double diplôme, désormais tous ouverts également en apprentissage en seconde année:

- > [Médias, communication et villes numériques](#) ;
- > [Médias, langages et sociétés](#) ;
- > [Médias et mondialisation](#) ;
- > [Usages du numérique, innovation, communication - UNIC](#) (ex : Communication et multimédia) ;
- > [Médias, publics et cultures numériques](#) ;

- > [Journalisme](#)
- > [Double diplôme Global Business School de l'Essec - Master IFP](#)

Pôle Médias et Communication

1ère année Parcours Médias, Langages et Sociétés, Médias et Mondialisation, Médias, Publics et Cultures Numériques, Médias, Communication et Villes Numériques

Pierre Quistin pierre.quistin@u-paris2.fr

Tél.: 01 44 41 57 99

2nde année Parcours Médias, Langages et Sociétés, Médias et Mondialisation, Médias, Publics et Cultures Numériques, Médias, Communication et Villes Numériques

Inna BIEI: inna.biei@u-paris2.fr

Tél.: 01 44 41 58 79

Parcours UNIC 1ère et 2nde année

Malika Belaïdi: malika.belaidi@u-paris2.fr

Tél.: 01 53 63 88 99

Parcours Journalisme 1ère et 2nde année

Diane-Laure Souci : diane-laure.souci@u-paris2.fr

Tél.: 01 44 41 57 63

Master Information Communication - rentrée 2019

[Université Paris-Panthéon-Assas](#)

[Master](#)

2

Les objectifs généraux des parcours du Master Information, communication de l'IFP est d'offrir des enseignements théoriques et méthodologiques développant, outre des compétences, l'autonomie des étudiants, leur aptitude à évaluer, hiérarchiser, synthétiser et structurer l'information. Ceci les conduit également à approfondir leurs connaissances des univers professionnels auxquels ils se destinent. L'accent mis tant sur la professionnalisation, à travers le développement de l'apprentissage, que sur l'excellence des parcours, vise également à former des diplômés polyvalents (capables de travailler en presse, radio, télévision, Internet, production multimédia) et spécialistes/experts dans un domaine défini selon les options et les finalités suivies (recherche ou professionnelle ; magazine web ou radio ou télévision ou presse écrite / presse en ligne).

MISSION ORIENTATION EMPLOI

Université Paris-Panthéon-Assas, Centre Assas, 92 rue d'Assas, 75006 PARIS - Tél. +33 (0)1 44 41 58 75 - cio@u-paris2.fr
Informations susceptibles d'être modifiées par les conseils de l'université



Parcours Médias, communication et villes numériques (sous réserve d'approbation par les conseils centraux)

Responsables: Mesdames Valérie Devillard et Cécile Méadel, Professeurs (1ère et 2nde année)

Le nouveau parcours d'excellence Médias, Communication et villes numériques (Smart Communication) vise à compléter et diversifier l'offre du master de l'IFP.

Mettre les outils de communication numérique au service de l'environnement et du social dans les espaces urbains apparaît comme un enjeu central pour répondre aux nouveaux défis de la ville : étalement urbain, problèmes de transport, pollution, répartition des activités économiques et de la population déséquilibrée, problèmes de sécurité, nouvelles formes de participation, responsabilité juridique des datas... Il s'agit de rendre les villes plus économies en énergie, plus agréable à vivre, plus sûres tout en permettant le développement d'activités économiques.

Les outils numériques sont au centre de ces transformations parce qu'ils modifient les comportements des citoyens-consommateurs, qu'ils obligent à transformer les formes de communication et d'informations entre les prestataires de service, les autorités publiques et les citoyens, qu'ils interviennent dans toutes les formes d'activités, qu'ils permettent des formes de reporting multiples et continues... ces capacités transformatives étant tout autant sources de transformations positives que négatives...

Les notions de « smart city », « intelligent city », « knowledge city » sont mobilisées pour en rendre compte, mais ne restent souvent que des slogans quelque peu creux. Il leur manque en particulier des spécialistes capables à la fois de comprendre les exigences de la communication numérique et celles de la gestion des espaces.

L'université a un rôle central pour former des spécialistes de haut niveau de ces questions ; le modèle de la triple hélice de l'économie urbaine considère en effet que les villes peuvent être considérées comme un nœud dense de réseaux articulés autour de trois dynamiques : le capital intellectuel des universités, la création de richesse des industries et le gouvernement démocratique de la société civile. » (Diaz et Breux). Ces spécialistes doivent donc à la fois être dotés d'une solide culture académique et d'une formation professionnelle adaptée.

Parcours Médias, Langages et Sociétés

Responsables: Monsieur Frédéric Lambert, Professeur (2nde année) et Madame Bibia Pavard, Maître de Conférences (1ère année)

L'objectif du parcours Médias, langages et sociétés est de donner une formation **transdisciplinaire** qui prépare les étudiants à la **recherche scientifique** et à la **conception d'études** sur les médias, le journalisme, et les nouvelles cultures numériques de l'information et de la communication.

Les thèmes abordés sont les suivants : sémiotique, sociologie, histoire et science politique au profit de la recherche sur les institutions de l'information et de la communication, leurs langages (textes et images) et les modes d'appropriation des contenus par leurs publics. Un accent particulier est mis sur la communication des politiques publiques.

Les cours méthodologiques et les séminaires de recherche sont conçus pour que les étudiants soient **autonomes** face à des corpus médiatiques ou de communication (institutionnelle, marchande) afin de comprendre l'environnement professionnel de ces discours. Une attention spécifique est portée à la qualité de l'écriture, la clarté du propos, la rigueur du texte à produire à l'attention des potentiels employeurs pour lesquels l'étudiant devra travailler.

L'**adéquation** entre le **parcours** de l'étudiant, le sujet de son **mémoire** de recherche, son **projet professionnel** et les **stages** qu'il fait dans le cadre de la spécialité est un souci constant de l'équipe pédagogique.

Parcours Médias et Mondialisation

Responsables: Monsieur Fabrice D'Almeida, Professeur (2nde année) et Monsieur Tristan Mattelart, Professeur (1ère année)

Le parcours Médias et mondialisation a pour objectif principal d'apporter aux étudiants les **connaissances théoriques** et **outils professionnels** pour analyser et définir les **enjeux d'information et de communication** des **organisations d'envergure internationale**. Il forme les étudiants dans une dimension internationale qui est essentielle à l'heure où les entreprises et les médias sont confrontés à des marchés de plus en plus ouverts.



La formation vise :

- > à l'acquisition de connaissances théoriques **interdisciplinaires** permettant de définir et d'analyser les nouvelles stratégies de mise en public des organisations (publiques, privées et associatives) d'envergure internationale ;
- > à l'acquisition et la mise en pratique d'outils d'analyse **stratégiques** et **géopolitiques** pour comprendre et prospecter les nouvelles formes de communication transnationale ;
- > au développement des qualités de **réflexion** et **d'exposition** ;

En matière de communication, la plus-value de la formation porte en particulier sur la **gestion de crise internationale** et d'analyse des conflits ainsi que des stratégies d'influence.

Il faut souligner que cette formation accorde également une place importante à l'**éthique** avec un enseignement sur le droit des médias qui fait une large place à la **déontologie** et ainsi qu'un cours sur les mobilisations qui attire l'attention des étudiants sur les minorités et leur traitement dans le monde de la communication. Une attention particulière est accordée à la place des **minorités** visibles.

Parcours Médias, Publics et Cultures Numériques

Responsable: Madame Valérie Devillard, Professeur (2nde année) et Madame Agnès Granchet, Maître de Conférences (1ère année)

Le parcours 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.

L'objectif de la formation, outre de renforcer la **synergie** entre la formation **professionnelle** déjà existante et la formation universitaire de **recherche** d'excellence, est d'apporter aux étudiants les outils théoriques, méthodologiques et pratiques pour comprendre les **évolutions des industries des contenus** et de la **fabrique des publics culturels et médiatiques**, dans un contexte d'émergence des **cultures numériques**.

La pédagogie du parcours, dont la filière recherche s'avère de nouveau indispensable suite aux mutations liées à l'explosion du numérique, se fonde sur l'étroite interdépendance des cours **théoriques** et des cours **méthodologiques** et repose sur un apprentissage des étudiants par l'**action**.

Parcours UNIC

Responsable: Madame Cécile Méadel, Professeur (1ère et 2nde année)

Le parcours UNIC (ex. Communication et multimédia) forme des **professionnels de haut niveau** ayant vocation à occuper des postes d'encadrement des **systèmes multimédia et Internet** auprès d'institutions publiques, d'entreprises, de médias, d'agences de communication ou d'annonceurs.

Dans un contexte où l'organisation du travail est très largement modifiée par le développement des outils numériques et de l'Internet et où les manières de travailler deviennent plus polyvalentes et moins sectorisées, il s'agit de former les étudiants à la **compréhension des problématiques** et des **enjeux du numérique**, et à la maîtrise des différentes compétences utiles : comprendre le fonctionnement et les bases des outils de production, d'analyse et d'échanges, gérer un projet, analyser les stratégies liées au déploiement des outils numériques.

Parcours Journalisme

Responsables: Monsieur Jean-Baptiste Legavre, Professeur et Monsieur Rémy Le Champion, Maître de Conférences

Le parcours de l'école de Journalisme de l'Institut Français de Presse (IFP) appartient à la **Conférence des écoles de journalisme (CEJ)** et est reconnu par la **profession**.



Réévaluée tous les 5 ans, cette reconnaissance est accordée par la **Commission Paritaire Nationale de l'Emploi des journalistes (CPNEJ)**, composée de représentants du monde de la presse et des syndicats de journalistes. Elle représente l'**engagement** de toute la profession sur ce qu'elle considère comme une **formation adaptée à ses besoins**. Conformément à ce cadre, le Master Journalisme a pour vocation de permettre aux étudiants de se présenter sérieusement armés sur le marché du travail et de pouvoir exercer le **métier de journaliste** dans tout type de **média écrit, audiovisuel ou web** : presse d'information générale, spécialisée ou professionnelle, nationale et régionale.

Double diplôme Global Business School de l'Essec - Master IFP

Responsable : Madame valérie Devillard, Professeur

l'IFP et l'ESSEC se sont associés afin d'élargir les perspectives de formation de leurs étudiants en mettant en place un parcours commun dans les domaines des Sciences de l'Information et de la Communication et des Sciences Economiques et de Gestion sanctionné d'une part, par le diplôme de l'ESSEC-EPSCI (Global BBA de l'Essec Business School), diplôme visé de niveau Master 1, et d'autre part, par le diplôme de Master de l'IFP " Mention, Médias, Information et Communication" de l'Université Paris II.

Le Master Information, communication s'articule autour de deux pôles :

> un pôle *Médias et communication*, offrant une connaissance approfondie du champ des médias, de l'information et de la communication et permettant en particulier une initiation à la recherche en sciences de l'information et de la communication, mobilisant les connaissances théoriques et pratiques acquises et favorisant la mise en œuvre de compétences nouvelles : recherche bibliographique et constitution de corpus, sélection et synthèse d'information, techniques d'observation directe et indirecte, analyse de données statistiques et analyse d'archives ;

> Un pôle *Journalisme*, clairement identifié dès lors que le cursus afférent appartient à la Conférence des Écoles de Journalisme (CEJ) et se déploie selon le référentiel général des formations au journalisme de la Commission paritaire nationale de l'emploi des journalistes (CPNEJ). Bénéficiant du label "formation reconnue par la profession", les étudiants sont en mesure de se présenter aux concours d'entrée des principales grandes rédactions de la presse française.

Accessible sur concours, le master journalisme a pour vocation de permettre aux étudiants de se présenter sérieusement armés sur le marché du travail et de pouvoir exercer le métier de journaliste dans tout type de média écrit, audiovisuel ou en ligne : presse d'information générale, spécialisée ou professionnelle, nationale et régionale..

Bac +3

139

Les conditions d'admission en première année du master Information, Communication de l'IFP sont différentes selon ses deux Pôles: **Médias et Communication, Journalisme**.

Pôle Médias et Communication

Dans ce pôle le master en première année (**M1**) est ouvert en formation initiale: aux titulaires d'une Licence en information-communication, en sciences humaines et sociales, sciences économiques ou juridiques ayant déjà acquis des connaissances du monde des médias écrits, audiovisuels et numériques ou justifiant d'une expérience en la matière. Les candidats titulaires d'un autre diplôme jugé équivalent peuvent également être admis dans cette formation, tout particulièrement pour le parcours Médias, communication et Villes numériques, des Ecoles supérieures d'Art, de design,



d'architecture ou issu de filières en urbanisme. La sélection des candidatures pour l'accès au **M1** s'opère sur dossier et éventuellement sur un entretien par une commission formée des responsables des différents parcours du master. 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, à la qualité académique de la formation reçue et des résultats obtenus et à la lettre de motivation du candidat.

Les inscriptions à la première année du master pour les 6 parcours de ce Pôle et le double diplôme (Master IFP ; Médias, langages et sociétés ; Médias et mondialisation ; Usages du numérique, innovation, communication – UNIC (ex : Communication et multimédia) ; Médias, publics et cultures numériques ; Médias, communication et villes numériques ; Double diplôme Global Business School de l'Essec) sont ouvertes en ligne :

- > Début de candidature **29 avril 2019** (10h)
- > Fin de candidature **18 mai 2019** (23h59)
- > Date limite d'envoi des dossiers **20 mai 2019** (cachet de la poste faisant foi)

Après cette inscription en ligne, les candidats envoient leur dossier par voie postale jusqu'au **20 mai 2019** (le cachet de la poste faisant foi).

Pour en savoir plus, consulter [les modalités de recrutement en Master](#).

Consultez cette page pour la procédure de recrutement par [transfert-équivalence](#).

- > demande de transfert du 24 mai au 4 juin 2019
- > demande d'équivalence du 1er avril au 10 avril 2019

[> Candidater en ligne](#)

Les étudiants ayant validé leur **M1** dans leur mention et leur parcours d'inscription 2018-2019 sont admis de droit dans le parcours de **M2** afférent pour l'année universitaire 2019-2020.

Les inscriptions à la seconde année du master pour les 6 parcours et le double diplôme de ce Pôle (Médias, langages et sociétés ; Médias et mondialisation ; Usages du numérique, innovation, communication – UNIC (ex : Communication et multimédia) ; Médias, publics et cultures numériques ; Médias, communication et villes numériques ; Double diplôme Global Business School de l'Essec) sont ouvertes en ligne :

- > Début de candidature **29 avril 2019** (10h)
- > Fin de candidature **10 mai 2019** (23h59)
- > Date limite d'envoi du chèque d'inscription : **11 mai 2019**
- > Date limite d'envoi des dossiers **20 mai 2019** (cachet de la poste faisant foi)

Les candidatures sont enregistrées en ligne (les candidats doivent acquitter 18 euros en ligne au moment de l'enregistrement ou envoyer un chèque à l'agence comptable jusqu'au **11 Mai 2019**).

Après cette inscription en ligne, **les candidats envoient leur dossier par voie postale jusqu'au 20 mai 2019** (le cachet de la poste faisant foi).

Pour en savoir plus, consulter [les modalités de recrutement en Master](#).

Les étudiants issus d'autres établissements et/ou titulaires de diplômes spécifiques de niveau Bac+4 et/ou Bac+5 peuvent intégrer un parcours de **M2** sous réserve de suivre la [procédure de transfert équivalence ad hoc \(M2\)](#).

[> Candidater en ligne](#)

Pôle Journalisme

Le parcours de journalisme est ouvert aux titulaires d'une licence ou d'un diplôme équivalent ayant déjà effectué un ou plusieurs stages de journalisme (et non pas de communication) d'une durée équivalente au total à un mois minimum (avec attestation obligatoire) dans un ou plusieurs supports de presse (écrits ou audiovisuels). Le stage peut être effectué après



la fin des inscriptions, c'est-à-dire entre avril et août 2019, sous réserve d'une attestation de l'employeur.
Les inscriptions au concours donnant accès au parcours Journalisme se déroulent du 14 janvier 2019 au 4 mars 2019 à 23h59. A la fin de l'enregistrement de votre candidature et après validation de votre choix, il vous sera attribué **un code confidentiel** que vous devez noter. Il vous sera nécessaire pour savoir si votre candidature a été retenue, puis si vous avez réussi les épreuves d'admission, pour effectuer votre inscription.

Il vous sera demandé d'acquitter 18 euros de frais de gestion de dossier, de préférence via le paiement en ligne ou en adressant un chèque à l'agent comptable de Paris **Il sous 48 heures. Lorsque votre paiement sera validé, vous pourrez vous reconnecter pour éditer votre dossier de candidature.**

Ce dossier doit être retourné au bureau du l'école de journalisme de l'IFP le plus rapidement possible.
Aucun dossier ne sera accepté après le 12 mars 2019.

Les candidatures sont enregistrées jusqu'au 7 mars 2019 à 23h59. Après cette date, il ne sera plus possible de s'inscrire.

Pour toute information complémentaire, vous pouvez contacter le responsable administratif de l'école de Journalisme de l'IFP par email (concours.mj.ifp.2019@gmail.com) ou au 01.44.41.57.63.

Pour effectuer votre candidature, cliquez [ici](#).

[Consultez la rubrique admission pour accéder au descriptif des épreuves d'admission](#)

Depuis la rentrée 2017, une nouvelle organisation du master en 2 ans a été mise en place. Celle-ci est déjà à l'œuvre pour le parcours de l'école de Journalisme. Les Master 2 - « Communication et multimédia », « Médias, langages et sociétés », Médias et mondialisation, Médias, publics et cultures numériques » - sont les parcours proposés aux étudiants dès leur première année de master Information, Communication à l'IFP.

Ces parcours indifférenciés (Recherche et Professionnel) fournissent aux étudiants au premier semestre du master un solide socle commun de connaissances théoriques et d'enseignement méthodologique. Ce double enseignement se poursuit au second semestre et se finalise par la rédaction d'un mémoire de recherche. Cette mutualisation des enseignements théoriques (11 cours de 25 heures choisis par les étudiants dans l'offre recommandée pour le parcours) va de pair avec la différenciation progressive des parcours au semestre 2 avec un apport d'enseignements pratiques et professionnels propres à chaque parcours. La seconde année de chacun des parcours ([M2](#)) porte l'accent sur la professionnalisation des étudiants et leur insertion professionnelle via le stage en entreprise, l'apprentissage, ou encore le contrat de professionnalisation. Pour la rentrée 2019, un nouveau parcours est créé, Médias, Communication et Villes Numériques.

Pour en savoir plus sur l'organisation des études et les règlements des examens, consultez les plaquettes de chaque parcours.

Pôle Médias et Communication

Première année de Master :

- > [Parcours Médias, communication et villes numériques](#)
- > [Parcours Médias, langages et sociétés](#)
- > [Parcours Médias et mondialisation](#)
- > [Parcours Médias, publics et cultures numériques](#)
- > [Parcours Usages du numérique, innovation, communication \(UNIC\)](#)
- > [Double diplôme Global Business School de l'Essec - Master IFP](#)
- > [Règlement des études](#)



Seconde année de Master:

En seconde année, certains parcours offrent une double finalité recherche et professionnelle. L'apprentissage ou le contrat de professionnalisation est une de voies qu'éventuellement l'étudiant choisit.

- > [Parcours Médias, communication et villes numériques](#)
- > [Parcours Médias, langages et sociétés](#)
- > [Parcours Médias et mondialisation](#)
- > [Parcours Médias, publics et cultures numériques](#)
- > [Parcours Usages du numérique, innovation, communication \(UNIC\)](#)
- > [Double diplôme Global Business School de l'Essec - Master IFP](#)
- > [Règlement des études](#)

Pôle Journalisme

Première année de Master

- > [Parcours de l'Ecole de journalisme](#)
- > [Règlement des études](#)

Seconde année de Master

Ce parcours est également ouvert à l'apprentissage

- > [Parcours de l'Ecole de journalisme](#)
- > [Règlement des études](#)

Pôle Médias et Communication

1ère année de master

Le **M1** a d'abord pour objectif de préparer des étudiants à la **poursuite d'études en M2** :

- > en leur faisant acquérir les **connaissances théoriques et pratiques** nécessaires, dans le champ des médias, de l'information et de la communication, avec la mise en place d'**enseignements méthodologiques** donnant plus spécifiquement accès aux 5 parcours du pôle « information et communication » : UNIC (ex. Communication et multimédia) ; Médias et mondialisation ; Médias, langage et société ; Médias, publics et cultures numériques, Médias, communication et villes numériques ;
- > en les formant au développement de leur **esprit critique**, à la **culture générale**, à la bonne maîtrise écrite et orale de la **langue française**, à la pratique de l'**anglais** et au suivi continu de l'**actualité** s'appuyant sur un intérêt régulier pour les différentes formes de presse, autant de compétences nécessaires pour réussir au sein de la spécialité Journalisme.

Bien entendu, les étudiants qui le souhaitent ont la possibilité d'entrer sur le **marché du travail** dès la fin de la 1^{ère} année de Master dans les secteurs des **médias**, de l'**information**, de la **communication** et de la **publicité**. Ils s'orientent alors vers les métiers du journalisme, de l'édition, de la documentation, de la production et du marketing dans les médias ou vers les métiers de la communication et des relations presse dans les entreprises, les collectivités territoriales et les agences spécialisées.

2nde année de master

Parcours Usages du numérique, innovation, communication - UNIC (ex : Communication et multimédia)

Les métiers que sont et seront appelés à exercer les étudiants à l'issue de la formation relèvent de plusieurs « familles » ainsi que les dénomme le [portail public des métiers de l'Internet](#) :

- > **communication et marketing** : chargé de communication, concepteur des stratégies de communication,

MISSION ORIENTATION EMPLOI

Université Paris-Panthéon-Assas, Centre Assas, 92 rue d'Assas, 75006 PARIS - Tél. +33 (0)1 44 41 58 75 - cio@u-paris2.fr
Informations susceptibles d'être modifiées par les conseils de l'université



responsable marketing, UX designer ;

> **production et gestion de contenu** : community manager, consultant SEO, responsable éditorial, gestionnaire des médias sociaux ;

> **conception et gestion de projet** : responsable des projets multimédias, traffic manager, chef de projet web mobile, digital officer ;

> **interfaces et création numérique** : créateur de sites, chargé de production, designer digital.

Parcours Médias et Mondialisation

Les étudiants se destinent à intégrer les services **internationaux des médias** ou le service de la **communication**, voire de **relations publiques** des entreprises, organismes internationaux et ONG.

Les diplômés sont des candidats recherchés par les entreprises qui travaillent à l'**export** et par les services de relations publiques et d'information qui traitent de presse internationale. Les postes de **chef de projets** de communication ou de **journalistes** sont des débouchés fréquents pour eux. En filière recherche, les étudiants peuvent également poursuivre en **Doctorat**. Le nombre des candidats faisant ce choix s'est réduit ces dernières années mais, notamment les **étudiants étrangers**, apprécient cette possibilité. Plusieurs occupent désormais des postes d'enseignants chercheurs, dans leur pays d'origine.

Parcours Médias, Langages et Sociétés

Le parcours Médias, langages et sociétés prépare à des métiers variés :

> carrières de l'**enseignement supérieur et de la recherche** ;

> **conseiller en communication** : dans les agences de conseil et d'expertise en information et communication, au sein des directions de la communication interne et externe des organisations publiques et des associations, dans les agences spécialisées en histoire des institutions ou dans les entreprises ;

> **rédacteur en agences de photographie**, editing des images d'information et communication, conception des politiques éditoriales en édition presse et numérique.

Ce parcours affiche clairement sa **vocation « Recherche »**. Adossé au **CARISM**, il invite ses étudiants à participer aux activités de recherche du laboratoire et inscrit certains de ses enseignements dans la direction des axes de recherche de ce laboratoire. Parallèlement, les **stages** proposés par l'Université aux étudiants ont vocation à être les proches possibles de leur projet professionnel lorsque la poursuite en Doctorat n'est pas envisagée (généralement à la fin du premier semestre).

Parcours Médias, Publics et Cultures Numériques

La seconde année du parcours Médias, publics et cultures numériques est un diplôme à vocation professionnelle, grâce à son fonctionnement en apprentissage ou en stage de longue durée.

Il offre des perspectives dans les secteurs suivants : les instituts de **sondage** ; les instituts de **mesures d'audience** ; les groupes d'**édition** et les sociétés éditrices ; les grands groupes **médias** (Télévision, Presse écrite, Internet, Radio) ; les services des études ; les entreprises du **web** ; les agences de **communication** ; les agences de **création multimédia** ; les régies publicitaires ; les bureaux conseil ; les sites des entreprises de médias en ligne ; les administrations culturelles ; les entreprises culturelles ; les maisons de production.

Les **emplois** accessibles sont **nombreux** : chargé d'**études** au sein des instituts d'enquête par sondage et des entreprises de conseil en communication ; **ingénieur d'études** dans les groupes de communication privés, dans les départements d'études et de recherche d'institutions publiques ou parapubliques 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 ; chargé d'**études Médias et Marketing** ; chargé de **production** ; agrégateur de contenus sur les nouveaux supports de diffusion (Internet, téléphonie) ; consultant pour les sociétés spécialisées dans les médias ; **médiaplanneur**, chef de publicité et régisseur de publicité ; **chargé de la communication** interne et des relations publiques ; chargé de **production audiovisuelle** ; attaché de programme ; rédacteur de contenu numérique ; créateur multimédia, rédacteur web ; producteur de contenu numérique ; responsable de gestion des contenus de sites

MISSION ORIENTATION EMPLOI



web ou mobiles.

Par ailleurs, la filière recherche permet aussi, aux étudiants qui le souhaitent, de poursuivre les études en **Doctorat** au sein de l'**EA 2293 CARISM** à laquelle le Master est rattachée.

Parcours Médias, Communication et Villes Numériques

Les questions liées aujourd’hui à la « smart communication » sont très largement pris en charge par les grandes plates-formes du numérique, quasiment toutes américaines. Les échanges sont inégaux avec des collectivités territoriales moins dotées dans ces domaines et dépourvues de spécialistes. Il en est de même pour tous les opérateurs (de l'eau, des transports, des équipements, etc.) ou les délégataires de service public qui travaillent pour les collectivités territoriales.

Le parcours Médias, Communication et Villes Numériques prépare à des métiers variés :

Chargé / Chargée de communication
Chargé / Chargée de communication externe
Chargé / Chargée de communication interne
Chargé / Chargée de communication on line
Chargé / Chargée de communication web
Chargé / Chargée des relations publiques digitales
Conseiller / Conseillère en communication numérique et territoriale
Consultant / Consultante en communication numérique et territoriale
Directeur / Directrice de la communication d'une collectivité territoriale
Responsable de communication en entreprise
Responsable de communication externe et interne
Responsable de communication territoriale et urbaine
Responsable de l'information et de la communication
Responsable de la communication
Social media manager - Responsable des médias sociaux
Webmaster chargé / chargée de communication

Pôle Journalisme

1ère année de master

Les étudiants en 1ère année de master ont pour vocation de poursuivre en 2nde année leur cursus en journalisme.

2nde année de master

Le parcours Journalisme prépare aux spécialités suivantes:

- > journalisme de **presse écrite nationale et régionale** (presse grand public, presse spécialisée, presse professionnelle) ;
- > journalisme **audiovisuel** (radio et télévision) et web journalisme ;
- > la **rédaction**, le secrétaire de rédaction, le reporter.

À l’issue de la seconde année de journalisme en master, les étudiants qui le souhaitent ont aussi la possibilité de s’inscrire en **Doctorat**, sur autorisation du chef d’établissement et sur proposition du directeur de l’école doctorale, après avis du directeur de thèse.



MISSION ORIENTATION EMPLOI

Université Paris-Panthéon-Assas, Centre Assas, 92 rue d'Assas, 75006 PARIS - Tél. +33 (0)1 44 41 58 75 - cio@u-paris2.fr
Informations susceptibles d'être modifiées par les conseils de l'université