



Master Information, communication Parcours Médias, publics et cultures numériques

5557P

[IFP - Département de sciences de l'information et de la communication](#)

Responsables

- > Master 1 - [Marie-France CHAMBAT-HOUILLONT](#), professeure
- > Master 2 - [Valérie DEVILLAD](#), professeure

Renseignements

[Pierre QUISTIN](#)

Secrétariat de la Direction des Études Licence- [M1](#)- DU

Université Paris-Panthéon-Assas

IFP

Bâtiment Notre-Dame-des-Champs

1er étage (92 rue d'Assas 75006 Paris)

Tel : +33 (0)1 44 41 57 99

[Stefanos PNEVMATIKOS](#)

Responsable administratif du Master 2

Université Paris-Panthéon-Assas

IFP

Bâtiment Notre-Dame-des-Champs

1er étage

92, rue d'Assas

75006 Paris

Tel : +33 (0)1 44 41 57 98

Master Information, communication Médias, publics et cultures numériques

[Université Paris-Panthéon-Assas](#)

[Information Communication](#)

[Information, communication](#)

[Mme Valérie DEVILLARD](#)

[Mme Marie-France CHAMBAT-HOUILLON](#)

[Masters en Information Communication](#)

[Master](#)

2 ans

[En apprentissage, Formation initiale](#)

L'objectif de la formation, outre de renforcer la synergie entre la formation professionnelle et la formation universitaire d'excellence, est d'apporter aux étudiants les outils théoriques, méthodologiques et pratiques pour comprendre les évolutions des cultures numériques émergentes.

La pédagogie du parcours se fonde sur l'étroite interdépendance des cours théoriques et des cours méthodologiques et repose ainsi sur l'apprentissage des étudiants par des projets collectifs réalisés en Masterclass.

[Français](#)

[Bac +3](#)



Pour la rentrée 2025-2026:

Attendus

Le parcours est ouvert, en formation initiale, aux titulaires d'une Licence en information et 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 professionnelle en la matière.

Les candidats titulaires d'un autre diplôme jugé équivalent peuvent également être admis dans cette formation, tout particulièrement ceux issus d'Écoles supérieures de cinéma, vidéo et design visuel.

Critères généraux d'examen des candidatures

L'accès au Master est sélectif. Le recrutement dans ce parcours se fonde sur une évaluation globale du niveau du candidat, de ses connaissances dans le domaine des sciences de l'information et de la communication, de ses expériences dans le champ du master et de sa motivation pour le parcours choisi, ainsi que sur l'adéquation de sa formation antérieure et de son projet professionnel avec le contenu de la formation visée.

Une attention particulière est portée aux éléments suivants :

- > la qualité des résultats académiques du candidat, attestée par les relevés de notes sur l'ensemble de son cursus universitaire depuis le baccalauréat (inclus) ;
- > l'ensemble des expériences (activités professionnelles, productions personnelles et collectives, engagements associatifs, réalisations artistiques, séjours linguistiques, performances sportives...) recensées dans le CV du candidat ;
- > le projet professionnel du candidat, exprimé dans sa lettre de motivation, qui doit impérativement être synthétique (deux pages maximum) et personnelle ;
- > le projet de recherche, qui doit exposer, en une page maximum : le sujet envisagé et les raisons pour lesquelles le candidat l'a choisi ; les questions de recherche posées par ce sujet ; la méthodologie proposée pour le traiter (références bibliographiques, corpus médias, projets d'entretiens...).

Modalités d'examen des candidatures

La sélection des candidatures est faite sur dossier. Ce dossier est examiné par une commission pédagogique constituée des responsables des différents parcours du master.

[Voir capacités d'accueil et modalités d'accès](#)

Programme 2025-2026

Texte de référence :

Le Règlement des études de master s'applique à tous les diplômes de master.

Cependant, les règles spécifiques énoncées dans la maquette prévalent sur ce règlement général.

1re année

SEMESTRE 1 (coefficients 16 - 30 ECTS)

Module 1 : Enseignements fondamentaux (coefficients 10 -12 ECTS)

5 matières obligatoires :

- > Cultural studies
- > Genre et médias
- > Industries de contenus
- > Mondialisation des contenus médiatiques
- > Pragmatique des images

Chaque matière se compose de 24h.



Chaque matière est évaluée par un écrit de 3h noté sur 20 (coefficients 2).

Module 2 : Enseignements professionnels (coefficient 4 - 8 ECTS)

4 matières obligatoires :

- > Atelier professionnel : nouvelles écritures (20h)
- > Conférence de parcours (12h)
- > Enseignement professionnel de parcours : Production et création audiovisuelle 1 (20h)
- > TD en anglais obligatoire (18h)

Chaque matière est évaluée par un contrôle continu noté sur 20 (coefficient 1).

Module 3 : Enseignement méthodologique (coefficient 2 - 10 ECTS)

- > Séminaire méthodologique : réception et pratiques sociales des médias (20h)

Le séminaire est évalué par un contrôle continu noté sur 20 (coefficient 2).

SEMESTRE 2 (coefficient 21 - 30 ECTS)

Module 4 - Enseignements approfondis (coefficient 10 - 12 ECTS)

5 matières obligatoires :

- > Discours et récits médiatiques
- > Logiques d'acteurs et modèles d'affaires
- > Propagande et manipulation
- > Marketing et publicité
- > Sociétés et numérique

Chaque matière se compose de 24h.

Chaque matière est évaluée par un écrit de 3h noté sur 20 (coefficient 2).

Module 5 - Enseignements spécialisés (coefficient 3 - 4 ECTS)

3 matières obligatoires :

- > Conférence de parcours (12h)
- > Enseignement professionnel de parcours : Production et création audiovisuelle 2 (20h)
- > TD en anglais obligatoire (18h)

Chaque matière est évaluée par un contrôle continu noté sur 20 (coefficient 1).

Module 6 : Enseignement méthodologique (coefficient 8 - 14 ECTS)

- > Séminaire méthodologique : réception et pratiques sociales des médias (20h)
- > Mémoire de recherche

Le séminaire est évalué par un contrôle continu noté sur 20 (coefficient 2). Le mémoire de recherche est noté sur 20 (coefficient 6).

Règles spécifiques

La scolarité au 1er ou au 2ème semestre peut être effectuée à l'étranger dans le cadre des programmes d'échanges proposés par l'Université Paris-Panthéon-Assas.

L'obtention d'un zéro au mémoire de recherche entraîne l'ajournement.

Au second semestre, les étudiants qui souhaitent se familiariser avec le monde de l'entreprise, de l'administration ou des structures associatives, peuvent choisir d'accomplir une unité d'expérience professionnelle (UEP).

Les étudiants redoublants ayant validé au moins un module du second semestre et les étudiants en programme d'échange ne sont pas éligibles à ce dispositif.



L'UEP permet aux étudiants qui y sont admis de réaliser un stage d'une durée de 4 mois minimum.

Ce stage, qui doit être validé en amont par le responsable pédagogique de la première année du parcours, doit être en adéquation avec le cursus suivi et le projet de l'étudiant et être accompli uniquement en Île-de-France (les stages à l'étranger et les stages en province ne sont pas autorisés). La convention de stage UEP est identique à la convention légale en vigueur.

L'UEP est un programme sélectif.

Le nombre de places en UEP est de 10 pour l'ensemble des parcours du Master Information, communication, éligibles à ce dispositif.

La sélection des étudiants admis à intégrer l'UEP est réalisée par une commission pédagogique composée par l'ensemble des responsables pédagogiques de la première année des parcours du Master Information, communication, éligibles à ce dispositif.

Le recrutement des étudiants pour le programme UEP se fait sur dossier. Un entretien pourra éventuellement être organisé dans le cadre du processus de sélection.

Le dossier de candidature, transmis par l'étudiant, se compose des relevés de notes des trois années de licence, d'un CV et d'une lettre de motivation qui précise les raisons de la candidature au programme UEP.

Le responsable pédagogique de la première année du parcours assure le suivi pédagogique des étudiants admis à l'UEP.

Sous réserve de la présentation, par l'étudiant inscrit en UEP, de l'attestation de stage et de la fiche d'évaluation du stagiaire annexées à la convention de stage et de la réalisation par le stagiaire, à l'issue de son stage, d'une synthèse de la nature des missions accomplies, l'UEP se substitue aux enseignements des modules 4 et 5 du second semestre, dont les notes, assorties des coefficients correspondants, sont neutralisées pour le calcul de la moyenne semestrielle de l'étudiant.

Les étudiants admis en UEP ne sont pas dispensés de l'obligation d'assister au séminaire de recherche et de réaliser le mémoire de recherche relevant du module 6, dans les conditions prévues par le règlement des examens du parcours. La moyenne de l'étudiant pour le second semestre est celle obtenue pour l'évaluation du module 6.

2e année

Formation initiale

Parcours filière recherche

Module 1 : Approche quantitative des audiences (coefficients 5 - 10 ECTS)

3 matières obligatoires :

- > Initiation aux statistiques à la fouille des données
- > Mesures de l'opinion et des publics
- > Atelier pratique : programmation audiovisuelle

Chaque matière se compose de 20h.

Chaque matière est évaluée par un contrôle continu noté sur 20 (coefficient 2), à l'exception de l'atelier pratique qui est évalué par un contrôle continu noté sur 20 (coefficient 1).

Module 2 : Approche qualitative des publics (coefficients 8 - 20 ECTS)

3 matières obligatoires :

- > Pratiques des médias numériques (25h)
- > Techniques qualitatives d'enquête (25h)
- > Atelier pratique : mener l'enquête (20h)

Chaque matière est évaluée par un contrôle continu noté sur 20 (coefficient 3), à l'exception de l'atelier pratique qui est évalué par un contrôle continu noté sur 20 (coefficient 2).

Module 3 : Fabrique des publics (coefficients 4 - 10 ECTS)

2 matières obligatoires :



- > Analyse sémiotique des publics
- > Production audiovisuelle

Chaque matière se compose de 25h.

Chaque matière est évaluée par un contrôle continu noté sur 20 (coefficient 2).

Module 4 : Préparation à la recherche (coefficient 10 - 20 ECTS)

- > Séminaire de recherche : Médias et cultures numériques (30h)
- > Mémoire de recherche et soutenance

Le séminaire « Médias et cultures numériques » est évalué par un contrôle continu noté sur 20 (coefficient 2).

Le mémoire de recherche et sa soutenance sont notés sur 20 (coefficient 8).

Une note égale à 0/20 au mémoire de recherche entraîne l'ajournement.



Parcours filière professionnelle en stage durant au moins 3 mois au sein d'une entreprise

Module 1 : Pratiques des publics et réseaux sociaux (coefficent 3 - 8 ECTS)

2 matières obligatoires :

- > Pratiques des médias numériques (25h)
- > Atelier pratique : réseaux sociaux (15h)

La matière « Pratiques des médias numériques » est évaluée par un contrôle continu noté sur 20 (coefficent 2).
L'atelier pratique est évalué par un contrôle continu noté sur 20 (coefficent 1).

Module 2 : Approche quantitative des audiences (coefficent 5 - 10 ECTS)

3 matières obligatoires :

- > Initiation aux statistiques et à la fouille de données (20h)
- > Mesures de l'opinion et des publics (20h)
- > Atelier pratique : programmation audiovisuelle (20h)

Chaque matière est évaluée par un contrôle continu noté sur 20 (coefficent 2), à l'exception de l'atelier pratique qui est évalué par un contrôle continu noté sur 20 (coefficent 1).

Module 3 : Approche qualitative des publics (coefficent 5 - 10 ECTS)

2 matières obligatoires :

- > Techniques qualitatives d'enquête (25h)
- > Atelier pratique : mener l'enquête (20h)

La matière « Techniques qualitatives d'enquête » est évaluée par un contrôle continu noté sur 20 (coefficent 3).
L'atelier pratique est évalué par un contrôle continu noté sur 20 (coefficent 2).

Module 4 : Fabrique des publics (coefficent 5 - 10 ECTS)

3 matières obligatoires :

- > Analyse sémiotique des publics (25h)
- > Production audiovisuelle (25h)
- > Atelier de production audiovisuelle (15h)

Chaque matière est évaluée par un contrôle continu noté sur 20 (coefficent 2), à l'exception de l'atelier qui est évalué par un contrôle continu noté sur 20 (coefficent 1).

Module 5 : Environnement numérique (coefficent 5 - 10 ECTS)

3 matières obligatoires :

- > Économie du numérique (20h)
- > Web marketing (20h)
- > Atelier pratique : propriété intellectuelle et environnement numérique (20h)

Chaque matière est évaluée par un contrôle continu noté sur 20 (coefficent 2), à l'exception de l'atelier pratique qui est évalué par un contrôle continu noté sur 20 (coefficent 1).

Module 6 : Enseignements méthodologiques (coefficent 8 - 12 ECTS)

- > Séminaire Les publics des médias (50 h -5 ECTS)
- > Mémoire professionnel et soutenance (5 ECTS)
- > Cours d'anglais spécialisé (25h - 2 ECTS)
- > Tutorat (50h)



- > Voyage d'études (40h)
- > Séminaire d'emploi (10h)

Le séminaire est évalué par un contrôle continu noté sur 20 (coefficients 3).

Le mémoire et sa soutenance sont notés sur 20 (coefficients 4).

Une note égale à 0/20 au mémoire professionnel entraîne l'ajournement.

La matière « Cours d'anglais spécialisé » est évaluée par un contrôle continu noté sur 20 (coefficients 1).

Les matières « Tutorat », « Voyage d'études » et « Séminaire d'emploi » ne sont pas évaluées.

Règles spécifiques

La scolarité au 1er ou au 2ème semestre peut être effectuée à l'étranger dans le cadre des programmes d'échanges proposés par l'Université Paris-Panthéon-Assas.

Le mémoire de recherche est réalisé au sein du module 4, est soutenu devant un jury composé d'enseignants de l'IFP. Le mémoire de recherche doit comporter au moins 80 pages dactylographiées de 1 800 signes, annexes non comprises.

Les étudiants peuvent poursuivre leurs études en thèse, au sein de l'école doctorale (ED 455 : EGIC) à laquelle le Master est rattaché.

Le stage est conseillé mais non obligatoire. Il est conventionné par l'Université.

Sous réserve de la présentation d'une attestation de l'employeur décrivant le stage (au minimum de 4 semaines) et d'une synthèse par le stagiaire de la nature des missions accomplies, le jury du Master peut accorder des points sur la moyenne générale. Le stage est donc pleinement pris en compte dans l'évaluation des étudiants.

Le redoublement n'est pas autorisé en deuxième année.

Formation en apprentissage

Formation en contrat de professionnalisation (ouverture à la demande)

Parcours filière professionnelle

Module 1 : Pratiques des publics et réseaux sociaux (coefficients 3 - 8 ECTS)

2 matières obligatoires :

- > Pratiques des médias numériques (25h)
- > Atelier pratique : réseaux sociaux (15h)

La matière « Pratiques des médias numériques » est évaluée par un contrôle continu noté sur 20 (coefficients 2).

L'atelier pratique est évalué par un contrôle continu noté sur 20 (coefficients 1).

Module 2 : Approche quantitative des audiences (coefficients 5 - 10 ECTS)

3 matières obligatoires :

- > Initiation aux statistiques et à la fouille de données (20h)
- > Mesures de l'opinion et des publics (20h)
- > Atelier pratique : programmation audiovisuelle (20h)

Chaque matière est évaluée par un contrôle continu noté sur 20 (coefficients 2), à l'exception de l'atelier pratique qui est évalué par un contrôle continu noté sur 20 (coefficients 1).

Module 3 : Approche qualitative des publics (coefficients 5 - 10 ECTS)

2 matières obligatoires :

- > Techniques qualitatives d'enquête (25h)
- > Atelier pratique : mener l'enquête (20h)

La matière « Techniques qualitatives d'enquête » est évaluée par un contrôle continu noté sur 20 (coefficients 3).

L'atelier pratique est évalué par un contrôle continu noté sur 20 (coefficients 2).



Module 4 : Fabrique des publics (coefficients 5 - 10 ECTS)

3 matières obligatoires :

- > Analyse sémiotique des publics (25h)
- > Production audiovisuelle (25h)
- > Atelier de production audiovisuelle (15h)

Chaque matière est évaluée par un contrôle continu noté sur 20 (coefficient 2), à l'exception de l'atelier qui est évalué par un contrôle continu noté sur 20 (coefficient 1).

Module 5 : Environnement numérique (coefficients 5 - 10 ECTS)

3 matières obligatoires :

- > Économie du numérique (20h)
- > Web marketing (20h)
- > Atelier pratique : propriété intellectuelle et environnement numérique (20h)

Chaque matière est évaluée par un contrôle continu noté sur 20 (coefficient 2), à l'exception de l'atelier pratique qui est évalué par un contrôle continu noté sur 20 (coefficient 1).

Module 6 : Enseignements méthodologiques (coefficients 8 - 12 ECTS)

- > Séminaire Les publics des médias (50 h - 5 ECTS)
- > Mémoire professionnel et soutenance (5 ECTS)
- > Cours d'anglais spécialisé (25h - 2 ECTS)
- > Tutorat (50h)
- > Voyage d'études (40h)
- > Séminaire d'emploi (10h)

Le séminaire est évalué par un contrôle continu noté sur 20 (coefficient 3).

Le mémoire et sa soutenance sont notés sur 20 (coefficient 4). Une note égale à 0/20 au mémoire professionnel entraîne l'ajournement.

La matière « Cours d'anglais spécialisé » est évaluée par un contrôle continu noté sur 20 (coefficient 1).

Les matières « Tutorat », « Voyage d'études » et « Séminaire d'emploi » ne sont pas évaluées.

Règles spécifiques

Les étudiants (obligatoirement apprentis, en contrat de professionnalisation, ou stagiaires d'au moins trois mois en entreprise) doivent réaliser un mémoire professionnel, à l'issue de leur stage ou au cours de leur apprentissage. Celui-ci doit comporter au moins 40 pages dactylographiées de 1 800 signes, annexes non comprises. Il est réalisé de manière encadrée par l'équipe des enseignants-rechercheurs de l'IFP/CARISM.

Les étudiants non alternants doivent accomplir un stage d'au moins trois mois en entreprise.

Le redoublement n'est pas autorisé en deuxième année.

- > Chargé d'études au sein des instituts d'enquête par sondage et des entreprises de conseil en communication ;
- > Ingénieur d'études ou chargé d'études dans les groupes de communication privés ; dans les départements d'études et de recherche d'institutions publiques ou para-publiques 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 ;
- > Chargée d'études Médias et Marketing ;
- > Chargée 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 ;
- > Chargée de la communication interne et des relations publiques ;
- > Chargé de production audiovisuelle ;
- > Attaché de programme ;



- > Rédacteur de contenu numérique ;
- > Createur multimédia, rédacteur web ;
- > Producteur de contenu numérique ;
- > Responsable de gestion des contenus de sites web ou mobiles ;
- > Chercheur ;
- > Enseignant-chercheur ;
- > Chargé d'études.