



UFR Culture & Communication

Mention : Information et communication

Parcours : Communication numérique et conduite de projet

Responsables de la mention : Sébastien BROCA et Marie CHAGNOUX

Responsables du parcours : Sébastien BROCA et Marie CHAGNOUX

Responsable de l'alternance : Grégory LÉVIS

Responsables des stages : Sébastien BROCA et Marie CHAGNOUX

Secrétaire de la formation : mastercomnum@univ-paris8.fr, tél. : +33 149 407 020

UFR de rattachement : Culture & Communication (CC)

Secrétariat : Bâtiment A, salle 332

Site Internet : <https://www.univ-paris8.fr> et <http://www.ufr-culture-communication.univ-paris8.fr/>

OBJECTIFS DE LA FORMATION

Le projet pédagogique du master « Communication numérique et conduite de projets » repose sur deux piliers : fournir aux étudiants une solide culture critique du numérique ; former des professionnels de haut niveau pour les métiers de la communication numérique.

Le master s'appuie, d'une part, sur des enseignements adossés à la recherche, qui puisent dans diverses traditions des sciences de l'information et de la communication : économie politique, sémiotique, sociologie des usages... Ils permettent aux étudiants d'acquérir une appréhension fine des enjeux économiques, politiques et sociaux liés aux transformations actuelles et de mettre à distance certains discours enchantés associés au numérique. La formation propose d'autre part de nombreux cours professionnalisants et accorde une place importante à la conduite de projet, notamment en deuxième année. Les étudiants suivront en outre des conférences avec divers acteurs économiques et de la société civile, ainsi que cinq ateliers pratiques assurés par des professionnels : conception HTML & CSS, conception par CMS, réalisation de vidéos embarquées, UX et design d'interfaces et référencement naturel. Le master comporte enfin deux périodes obligatoires d'insertion professionnelle en M1 (quatre mois minimum) et en M2 (six mois minimum).

L'objectif est de former de futurs chefs de projet aptes à concevoir, planifier et mettre en œuvre une stratégie de communication en recourant à divers outils numériques, avec une vision éclairée des enjeux techniques et sociaux. Les diplômés des étudiants diplômés se répartiront entre différentes activités : conseil en stratégie multimédia, audit d'applications numériques, définition et suivi de stratégies de communication, veille éditoriale et concurrentielle, conduite de projets de communication numérique...

FORMATION CONTINUE

Quel que soit votre statut (salarié, demandeur d'emploi, professionnel libéral...), ce diplôme peut être suivi en formation continue. Conseils pour le financement, devis et suivi administratif auprès de la Direction de la formation au +33 1 49 40 70 70, info-df@univ-paris8.fr ou sur www.fp.univ-paris8.fr.

ALTERNANCE

Cette formation peut être suivie en alternance : apprentissage ou contrat de professionnalisation. Plus d'informations sur l'alternance en consultant le site <https://www.univ-paris8.fr/Alternance> et alternance@univ-paris8.fr.

DÉBOUCHÉS PROFESSIONNELS

Le master « Communication numérique et conduite de projets » permet une excellente insertion professionnelle : quatre étudiants sur dix sont embauchés dès l'obtention de leur diplôme ; six mois plus tard, neuf étudiants sur dix sont à l'emploi.

Polyvalents et compétents, les diplômés du master « Communication numérique et conduite de projets » trouvent un emploi dans une grande diversité de fonctions et de missions, tant dans la communication numérique que dans le *management* des technologies de l'information et de la communication. Tous les secteurs d'activité leur sont ouverts : la presse (*Le Parisien*, *L'Entreprise*, *L'Étudiant*, le groupe *Figaro*), les télécommunications (Orange, Bouygues, Telefónica), des entreprises *pure player* (Yahoo !, Meetic, Viadeo), l'audiovisuel (RTL, INA, TF1), les instituts d'études (Novatris, DEMOS), les Chambres de commerce et d'industrie (Union des Chambres de commerce et d'industrie françaises à l'étranger), l'édition (Documentation française, Hachette Éducation), ministères et collectivités territoriales (Ministère du développement durable, Ministère de l'économie, de l'industrie et du numérique, Conseil général du Val-de-Marne, de Touraine), agences de communication (Avenao solution 3D, Biborg interactive, Reputation Squad, Yuseo), organismes financiers (BNP Paribas, Quatrinvest), grands groupes (EDF, Air France, Accor), organisations non gouvernementales (Amnesty International France)...

CONDITIONS D'ACCÈS

L'accès en master est possible :

- pour les titulaires d'une licence en sciences de l'information et de la communication (*accès en master 1*)
- pour les titulaires d'un master 1 en sciences de l'information et de la communication (*accès en master 2*)
- par validation des études (VAE), expériences professionnelles ou acquis personnels (décret 2013-756 du 19 août 2013) : accès sans avoir le diplôme requis, compte tenu des études, des acquis personnels et des expériences professionnelles
- par validation des études supérieures accomplies, notamment à l'étranger, ou dans d'autres disciplines



CRITÈRES D'ADMISSION À L'ENTRÉE DU MASTER

Il sera apprécié :

- l'adéquation du parcours antérieur (expérience professionnelle et/ou personnelle du candidat, diplômes) avec la formation
- les résultats obtenus en licence ou équivalent
- les éventuelles réalisations ou productions en lien avec la formation
- les motifs justifiant du choix de ce master par le candidat (projet professionnel).
- pour les ressortissants d'un pays non francophone et n'ayant jamais fait d'études en France ou dans un pays francophone, le niveau de français (compréhension et capacité d'expression initiales de la langue française suffisantes pour suivre les enseignements et échanger par des contributions écrites et orales)

Cette appréciation sera fondée sur l'examen du dossier comprenant :

- un CV dans lequel seront soulignées les expériences en rapport avec le diplôme choisi ainsi que les éventuelles réalisations ou productions
- les diplômes obtenus et les relevés de notes
- une lettre de motivation (d'environ deux pages, elle permet de juger de votre projet professionnel et de la place que vous donnez à la communication numérique)
- tout document attestant de réalisations en lien avec la formation (cette pièce est optionnelle)
- une lettre de recommandation (cette pièce est optionnelle)
- les certificats de travail / attestations d'employeurs / attestations de stage (uniquement en rapport avec la formation demandée) pour les candidats qui souhaitent mettre en avant une expérience professionnelle et/ou personnelle en vue d'une admission par équivalence.
- pour les candidats originaires d'un pays non francophone ou qui n'ont pas fait leurs études en langue française, l'attestation du test de français (DALF C1 ou équivalent)

Selon le dossier, le candidat pourra être reçu lors d'un entretien complémentaire.

Nombre de places (pour 2023-2024) : **M1** : 30 - **M2** : 30

MODALITÉS D'ADMISSION POUR L'ANNÉE 2023-2024

M1 : Candidature en ligne sur le site dédié Monmaster (<https://www.monmaster.gouv.fr/>) à partir d'avril 2024. Vous trouverez les dates de candidature sur le site de notre UFR (<http://www.ufr-culture-communication.univ-paris8.fr/>). Si vous êtes ressortissant hors Espace économique européen vous devez postuler sur le site Etudes en France de votre pays de résidence à partir du mois de novembre.

M2 : Candidature en ligne sur le site de l'université www.univ-paris8.fr rubrique « Inscriptions ».

Vous trouverez les dates de dépôt de candidature sur le site de notre UFR (<http://www.ufr-culture-communication.univ-paris8.fr/>). Si vous êtes ressortissant hors de l'Espace économique européen, vous devez postuler sur le site « Études en France » de votre pays de résidence à partir du mois de novembre.

ORGANISATION ET CONTENU DE L'ENSEIGNEMENT

Le master « Communication numérique et conduite de projets » comporte 612 heures de cours sur deux ans et 1 100 heures de stage minimum (en 1^e année, 340 h de cours et 450 h de stage ; en 2^e année, 272 h de cours et 650 h de stage).

Les cours se déroulent entre les mois de septembre et d'avril, sur deux journées afin de permettre la réalisation du diplôme en alternance tant en 1^e qu'en 2^e année. Pour les étudiants qui ne sont pas en alternance, la période d'insertion professionnelle (stage ou autre) se déroule entre avril et septembre.

Les cours proposés mêlent, durant les deux années du diplôme, enseignements théoriques et enseignements spécifiques orientés vers la maîtrise de la communication numérique. Les enseignements sont dispensés par les membres de l'équipe pédagogique composée par des enseignants et enseignants-chercheurs titulaires, ainsi que par des intervenants professionnels reconnus dans leur milieu (au moins 1/3 des heures d'enseignement). Les cours ont lieu dans des salles de cours (pas d'amphi) ou des salles équipées en matériel multimédia. La plupart des évaluations se font par contrôle continu (pas ou peu de « partiel ») et le travail en équipe est privilégié.

MODALITÉS DE CONTRÔLE DES CONNAISSANCES

Contrôle continu (exposés, travaux surveillés, dossiers), rédaction de documents problématisés (rapport de stage, mémoire de recherche appliquée), soutenances devant jury.

ÉCHANGES INTERNATIONAUX

Les étudiants sont encouragés à participer aux programmes d'échanges inter-universitaires (ERASMUS, CRÉPUQ, MICÉFA, etc.) et/ou à suivre des périodes d'insertion professionnelle à l'étranger (stages, contrats, service civique, etc.).

ADOSSEMENT À LA RECHERCHE

Les étudiants bénéficient des ressources (infrastructures, bibliothèques, séminaires, appels d'offres, etc.) de l'écosystème de recherche au sein duquel s'inscrit le Centre d'étude des médias, des technologies et de l'internationalisation (CÉMTI, ÉA3388) : l'école doctorale « Sciences sociales » (<http://www.sciences-sociales.univ-paris8.fr/>), l'EUR ArTec (<http://eur-artec.fr/>), la Communauté universitaire ParisLumières (<http://www.u-plum.fr/>), la Cité des Humanités et des Sciences sociales-campus Condorcet (<http://www.campus-condorcet.fr/>), et la Maison des Sciences de l'Homme Paris-Nord (<http://www.mshparisnord.fr/>).



Master « Communication numérique et conduite de projets » (1^e année)

MASTER 1 - 1 ^{er} semestre	MASTER 1 - 2 ^e semestre
<p>Théories du numérique : Théorie des industries culturelles et créatives (15 h, 3 ECTS) Histoire des réseaux (15 h, 3 ECTS) Cybersécurité, données personnelles (15 h, 3 ECTS) Mythes et utopies numériques (15 h, 3 ECTS)</p> <p>Professionnalisation en communication numérique : Conception HTML & CSS – Atelier 1 (18 h, 3 ECTS) Réalisation de vidéos embarquées – Atelier 2 (18 h, 3 ECTS) Projet « voyage d'études » ou cours libre (15 h, 2 ECTS) Construction du projet professionnel (15 h, 2 ECTS)</p> <p>Anglais de la communication : <i>Current Affairs in the Digital World</i> (15 h, 2 ECTS)</p> <p>Méthodologie : Panorama de la recherche en SIC (15 h, 3 ECTS) Méthodologie du rapport d'étude (15 h, 3 ECTS)</p>	<p>Théories du numérique : Sémiotique de la communication numérique (30 h, 3 ECTS) Sociabilités et réseaux sociaux (30 h, 3 ECTS) Infrastructure des réseaux (15 h, 2 ECTS)</p> <p>Professionnalisation en communication numérique : Marketing des médias numériques (15 h, 2 ECTS) Conception par CMS (SGC) – Atelier 3 (18 h, 2 ECTS) UX et design d'interfaces – Atelier 4 (18 h, 2 ECTS) <i>Master class</i> (15 h, 2 ECTS)</p> <p>Anglais de la communication : <i>Human Resources in the Digital World</i> (15 h, 2 ECTS)</p> <p>Méthodologie : Atelier de suivi du rapport d'étude (7,5 h, 2 ECTS) -----</p> <p>Recherche appliquée : Rapport d'étude – rédaction et soutenance (8 ECTS)</p> <p>Expérience professionnelle (4 à 6 mois) : Rapport d'expérience professionnelle (2 ECTS)</p>

Master « Communication numérique et conduite de projets » (2^e année)

MASTER 2 - 3 ^e semestre	MASTER 2 - 4 ^e semestre
<p>Théories du numérique : Économie numérique et <i>digital labour</i> (30 h, 4 ECTS) Histoire des capitalismes (15 h, 2 ECTS)</p> <p>Professionnalisation en communication numérique : Stratégie et conduite de projets numériques (30 h, 4 ECTS) Financement et lancement de projets numériques (30 h, 2 ECTS) Marketing et réseaux sociaux (15 h, 2 ECTS) Référencement naturel et payant – Atelier 5 (18 h, 2 ECTS)</p> <p>Anglais de la communication : <i>Current Affairs in the Digital World</i> (15 h, 2 ECTS)</p> <p>Méthodologie : Méthodologie de la recherche en SIC (30 h, 6 ECTS)</p> <p>Recherche appliquée : Grand projet (6 ECTS)</p>	<p>Théories du numérique : Sociologie du changement dans les organisations (15 h, 3 ECTS) Droit de la communication numérique (15 h, 3 ECTS)</p> <p>Professionnalisation en communication numérique : Stratégie du changement dans les organisations (15 h, 2 ECTS) Enjeux majeurs : libertés, travail, entrepreneuriat, écologie (15 h, 4 ECTS)</p> <p>Anglais de la communication : <i>Human Resources in the Digital World</i> (15 h, 2 ECTS)</p> <p>Méthodologie : Atelier de suivi du mémoire (7,5 h, 2 ECTS) -----</p> <p>Recherche : Mémoire de recherche – rédaction et soutenance (12 ECTS)</p> <p>Période d'expérience professionnelle (6 mois) : Rapport d'expérience professionnelle (2 ECTS)</p>