

# MASTER

## MENTION : Culture et communication

### Parcours : Communication numérique et conduite de projets

ANNEE 2016- 2017

Responsable de la mention :  
Benoît LELONG

Responsable du parcours :  
Pascal FROISSART et Alexandra  
SAEMMER

Responsable de l'alternance :  
Viviane LE FOURNIER

UFR de rattachement :  
Culture et Communication (CC)

Secrétariat :  
Céline LECOMTE  
Bât. A, salle 333  
Tél. : + 33 149 407 186

Courrier électronique :  
celine.lecomte@univ-paris8.fr

Site Internet :  
www.ufr-culture-communication.  
univ-paris8.fr

#### OBJECTIFS DE LA FORMATION ET COMPÉTENCES VISÉES

Le master « Communication numérique et conduite de projets » est centré sur la maîtrise stratégique des outils de communication numérique (médias électroniques, produits interactifs, nouveaux médias) dans le cadre large des nouvelles pratiques professionnelles de communication liées à la numérisation du secteur. L'accent est mis sur la conduite de projets et la veille stratégique : l'objectif n'est pas de former des techniciens ou des concepteurs-réalisateurs, mais des professionnels de la communication aptes à planifier, concevoir et manager une politique ou stratégie de communication recourant aux technologies d'information et de communication digitale ; ces dernières sont très prisées et trop souvent promues sans respect de leurs spécificités (instantanéité, polyvalence, mobilité, permanence, interactivité, flexibilité...). L'objectif de cette spécialité est double : approcher (1<sup>e</sup> année) et maîtriser (2<sup>e</sup> année) les stratégies de communication, de leur conception à leur réalisation et les mettre en œuvre en tenant compte des caractéristiques de la communication numérique ; loin des effets de mode ou de modernité liés aux sites web, aux réseaux, aux services marchands, à la circulation de l'information par exemple.

Les étudiants diplômés seront des décideurs, capables de réflexion et de distance face à l'engouement et aux discours promotionnels ou prospectifs manifestes sur les technologies de l'information et de la communication numérique. Leurs compétences se répartiront entre différentes activités : conseil en stratégie multimédia, audit d'applications digitales, définition de stratégies de communication promotionnelle, mise en place et suivi ; 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 du service Formation Permanente au +33 1 49 40 70 70 - info-sfp@univ-paris8.fr ou sur [www.fp.univ-paris8.fr](http://www.fp.univ-paris8.fr)

#### ALTERNANCE

Vous avez moins de 26 ans ou êtes demandeur d'emploi de plus de 26 ans ? Cette formation peut être suivie en contrat de professionnalisation. Plus d'informations sur l'alternance en consultant le site [www.fp.univ-paris8.fr](http://www.fp.univ-paris8.fr) ou au +33 1 49 40 70 70 et [info-sfp@univ-paris8.fr](mailto:info-sfp@univ-paris8.fr)

#### DÉBOUCHES 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 de l'emploi dans une grande diversité de fonctions et de missions, tant dans la communication numérique que le management des technologies de l'information et de la communication digitales. Tous les secteurs d'activité leurs 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 (Novartis, 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 Education), 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 comptes (EDF, Air France, Accor), organisations non gouvernementales (Amnesty International France)...

## MODALITÉS DE CANDIDATURE ET D'ADMISSION

Un dossier de candidature, disponible sur le site de l'université [www.univ-paris8.fr](http://www.univ-paris8.fr) rubrique « Inscriptions » dès le mois de mars 2016, doit être renvoyé avant la date limite indiquée sur le dossier. Seuls les dossiers complets et reçus dans les délais sont examinés par le Comité d'admission ; celui-ci se prononce au regard de cinq critères d'évaluation (niveau académique, pertinence des expériences professionnelles, pertinence du projet personnel, qualité du projet professionnel, qualité de la langue française) et en favorisant la mixité des publics (formation initiale, salariés, demandeurs d'emploi en reprise d'études, contrats de professionnalisation).

L'admission se fait sur dossier. Ce dernier inclut une série de pièces administratives (liste disponible dans le dossier en téléchargement), ainsi qu'une lettre de motivation (2 pages au plus) qui fait le bilan de l'implication des candidats dans le domaine de la communication numérique et qui met en valeur les connaissances théoriques et professionnelles des candidats, leurs compétences et leurs centres d'intérêt. Après étude du dossier écrit, les candidats sont parfois convoqués pour un entretien individuel au terme duquel est prononcée l'admission définitive.

La Première année du Master « Communication numérique et conduite de projets » est accessible, dans la limite des capacités d'accueil, à :

- tout détenteur d'une Licence en « Information et communication »
- tout détenteur d'un diplôme français ou étranger équivalent à 180 ECTS
- tout candidat professionnel désirant compléter sa formation : salariés, demandeurs d'emploi en reprise d'études.

La Seconde année du Master « Communication numérique et conduite de projets » est accessible, dans la limite des capacités d'accueil, à :

- tout étudiant ayant validé la première année du Master en « Culture et communication »
- tout titulaire d'un diplôme français ou étranger équivalent à 240 ECTS
- tout candidat professionnel désirant compléter sa formation : salariés, demandeurs d'emploi en reprise d'études.

Cas particulier des professionnels de retour aux études

Le retour aux études après une première expérience professionnelle est encouragé par une politique volontariste de validation des acquis professionnels. Pour poser sa candidature à ce titre, les candidats doivent satisfaire à deux conditions : justifier d'un diplôme de niveau bac + 2 (au minimum) et d'une expérience professionnelle d'au moins 5 ans dans le domaine.

Nombre de places : M1 : 30 - M2 : 30

## ORGANISATION ET CONTENU DE L'ENSEIGNEMENT

Le master « Communication numérique et conduite de projets » (1<sup>ère</sup> + 2<sup>ème</sup> année) comporte 600 heures de cours sur 2 ans et 1 100 heures de stage minimum (en 1<sup>ère</sup> année, 322h30 de cours et 450h de stage ; en 2<sup>ème</sup> année, 277h30 de cours et 650h de stage).

En première année sont proposés des enseignements de tronc commun sur les fondements théoriques en sciences de l'information et de la communication, et des enseignements spécifiques orientés vers la connaissance des dispositifs techniques. En seconde année, les cours portent essentiellement sur la communication numérique étudiée dans ses différentes dimensions, théoriques et pratiques.

Les cours se déroulent entre les mois de septembre et d'avril (principalement, les lundi et mardi pour les étudiants de 2<sup>ème</sup> année). La période d'insertion professionnelle s'étend entre avril et septembre.

La préparation du diplôme est compatible avec une activité sous contrat de professionnalisation, tant en 1<sup>ère</sup> qu'en 2<sup>ème</sup> année. Pour les détails pratiques, n'hésitez pas à contacter le Bureau de l'alternance de l'Université : [alternance@univ-paris8.fr](mailto:alternance@univ-paris8.fr)

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.

1<sup>ère</sup> année de master « Communication numérique et conduite de projets »

1 <sup>er</sup> semestre	2 <sup>e</sup> semestre
<ul style="list-style-type: none"><li>. Théories des industries culturelles et créatives (4 ECTS) ou</li><li>. Théories de la mondialisation des médias (4 ECTS)</li><li>. Sciences, techniques et sociétés (4 ECTS)</li><li>. Analyse sémiologique et ergonomique de sites web (3 ECTS)</li><li>. Atelier I (HTML, CSS) (3 ECTS)</li><li>. Méthodologie de la recherche en sciences sociales (4 ECTS)</li><li>. Anglais de la communication (3 ECTS)</li><li>. Cours libre (projet « Voyage d'études », ou cours à choisir parmi les enseignements des autres UFR) (2 ECTS)</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>. Panorama des champs professionnels, conférences avec des professionnels (2 ECTS)</li><li>. Marketing des médias numériques (2 ECTS)</li><li>. Droit de la communication numérique (2 ECTS)</li><li>. Espace public et médias (3 ECTS)</li><li>. EC Atelier II (CMS, UGC) (2 ECTS)</li><li>. Atelier de suivi méthodologique (2 ECTS)</li><li>. Rapport d'étude (10 ECTS)</li><li>. Soutenance (7 ECTS)</li><li>. Construction du projet professionnel (3 ECTS)</li><li>. Période d'insertion professionnelle (4 mois - Rapport d'activité) (4 ECTS)</li></ul>

---

3 <sup>e</sup> semestre	4 <sup>e</sup> semestre
<ul style="list-style-type: none"><li>. Économie politique de l'Internet et des Data industries (2 ECTS)</li><li>. Usages sociaux des médias numériques (2 ECTS)</li><li>. Marketing des médias numériques (2 ECTS)</li><li>. Conduite de projets numériques (4 ECTS)</li><li>. Lancement de projets numériques (4 ECTS)</li><li>. Financement de projets numériques (4 ECTS)</li><li>. Atelier III (Web rédactionnel et référencement) (2 ECTS)</li><li>. Méthodologie de la recherche en sciences sociales (4 ECTS)</li><li>. Anglais de la communication (2 ECTS)</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>. Panorama des champs professionnels, conférences avec des professionnels (3 ECTS)</li><li>. Stratégies des responsables de communication (audit &amp; étude de cas) (3 ECTS)</li><li>. Veille stratégique et médias numériques (3 ECTS)</li><li>. Audit et consultance informationnelle (3 ECTS)</li><li>. Construction du projet professionnel (2 ECTS)</li><li>. Période d'insertion professionnelle (6 mois - Rapport d'activité) (4 ECTS)</li><li>. Atelier de suivi méthodologique (2 ECTS)</li><li>. Mémoire (théorique ou professionnel) - Texte (8 ECTS)</li><li>. Mémoire (théorique ou professionnel) - Soutenance (6 ECTS)</li></ul>

---

#### 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 en 1<sup>ère</sup> année à participer aux programmes d'échanges inter-universitaires (ERASMUS, CRÉPUQ, MICÉFA, etc.) et, en 1<sup>ère</sup> et en 2<sup>nd</sup>e année, à suivre des périodes d'insertion professionnelle à l'étranger (stages, contrats, service civique, etc.).

#### ADOSSEMENT A 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 » ([www.sciences-sociales.univ-paris8.fr](http://www.sciences-sociales.univ-paris8.fr)), le Labex Arts-H2H ([www.labex-arts-h2h.fr](http://www.labex-arts-h2h.fr)), la Communauté universitaire Paris Lumières ([www.u-plum.fr/](http://www.u-plum.fr/)), la Cité des Humanités et des Sciences sociales-campus Condorcet ([www.campus-condorcet.fr](http://www.campus-condorcet.fr)), et la Maison des Sciences de l'Homme Paris-Nord ([www.mshparisnord.fr](http://www.mshparisnord.fr)).