

MASTER

MENTION : Culture et communication

Parcours : Industries culturelles et créatives

Spécialisations en M2 « Industrie musicale : logiques, stratégies, enjeux »

« Industrie audiovisuelle : logiques, stratégies, enjeux »

« Web et cultures participatives »

« Mobilisations informationnelles, médias alternatifs, marges cultu-

ANNEE 2017- 2018

Responsable de la mention :

Benoît LELONG

Responsable du parcours :

Sylvie BOSSER (sylvie.bosser@univ-paris8.fr)

Responsables des spécialisations en M2 :

Industrie musicale : logiques, stratégies, enjeux

Vincent ROUZÉ (vincent.rouze@univ-paris8.fr)

Industrie audiovisuelle : logiques, stratégies, enjeux

Jocelyn MAIXENT (jocelyn.maixent@univ-paris8.fr)

Web et cultures participatives

Sophie JEHEL (sophie.jehel@univ-paris8.fr)

Mobilisations informationnelles,

Médias alternatifs, Marges culturelles

Aurélien TAVERNIER (aurelie.tavernier@univ-paris8.fr)

Responsable des stages :

Hélène CARDY (helene.cardy@univ-paris8.fr)

Responsable des relations internationales:

Jean AXELRAD (jean.axelrad@univ-paris8.fr)

UFR de rattachement :

Culture et communication (CC)

Secrétaire de la formation :

Ndiargaye CISSÉ (ndiargaye.cisse06@univ-paris8.fr)

Bât. A, salle 333

Tél. : + 33 149 407 020

Site Internet :

www.ufr-culture-communication.univ-paris8.fr

OBJECTIFS DE LA FORMATION ET COMPÉTENCES VISÉES

Le Master « Industries culturelles et créatives » (ICCREA) se distingue nettement des formations existantes sur les industries culturelles, le management culturel, les politiques culturelles, le journalisme ou sur les arts dans la mesure où il met en perspective des types de médias et de supports différents, anciens et nouveaux, avec un accent particulier sur les médias numériques. Les étudiants doivent maîtriser des compétences diversifiées car la création se conçoit de plus en plus en lien avec les modalités et les exigences de la valorisation, notamment sous l'impulsion des supports numériques. De fait, ces compétences dans la conception des contenus sont articulées à des compétences d'ordre économique, financier ou marketing, ainsi qu'à une maîtrise des enjeux sociaux de la technique et de l'espace public dans lesquels ces contenus s'inscrivent. L'accent est mis également sur les compétences transversales permettant de créer, produire, promouvoir et de valoriser des « contenus », tant médiatiques et culturels, qu'artistiques. En plus des cours, des ateliers de prise en main de WordPress, d'initiation à la veille documentaire et à la construction de projet professionnel sont organisés en première année avec des professionnels.

Le Master propose quatre Spécialisations en 2nde année (M2) : « Industrie musicale : logiques, stratégies, enjeux » ; « Industrie audiovisuelle : logiques, stratégies, enjeux » ; « Web et cultures participatives » ; « Mobilisations informationnelles, Médias alternatifs, Marges culturelles ».

DÉBOUCHÉS PROFESSIONNELS

L'acquisition du M1 débouche sur des postes d'assistant dans le domaine des industries culturelles, créatives et médiatiques, plus particulièrement dans le secteur des entreprises (télécommunications, presse, médias audiovisuels, producteurs audiovisuels, acteurs du Web, industrie de la musique enregistrée, radios, etc.), des institutions culturelles (organismes de spectacle vivant, musées), des institutions publiques et parapubliques, des collectivités territoriales, des associations et ONG. Le Master prépare également aux métiers de l'enseignement et de la recherche.

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 01 49 40 70 70 -info-df@univ-paris8.fr ou sur www.fp.univ-paris8.fr

ALTERNANCE

Vous avez moins de 26 ans ou êtes demandeur d'emploi de plus de 26 ans ? La seconde année des spécialisations « Industrie audiovisuelle : logiques, stratégies, enjeux », « Industrie musicale : logiques, stratégies, enjeux » et « Web et cultures participatives » du master ICCREA peut être suivie en contrat de professionnalisation.

Plus d'informations sur l'alternance en consultant le site www.fp.univ-paris8.fr ou au +33 149 407 070 et alternance@univ-paris8.fr

CONDITIONS D'ACCÈS (ces conditions sont susceptibles de modifications à la rentrée 2017)

M1 : Les étudiants titulaires d'une licence information et communication : les étudiants issus de toute autre licence comportant 50% d'enseignements fondamentaux du M1 « Industries culturelles et créatives » et/ou une expérience dans le champ peuvent candidater par obtention d'équivalence, ou par validation des études, expériences professionnelles ou acquis personnels (décret 2013-756 du 19 août 2013). Dans tous les cas, les candidatures sont évaluées sur dossier, éventuellement suivi d'un entretien.

M2 : Peuvent candidater en Spécialisation de M2 : les étudiants ayant validé le M1 « Industries culturelles et créatives » ; les étudiants ayant validé un M1 en communication ; les étudiants ayant validé un M1 en sciences humaines et sociales dont le contenu peut préparer aux enseignements dispensés au sein des Spécialisations. Les étudiants présentant un niveau équivalent au M1, proche de la discipline et/ou une expérience professionnelle dans le champ, peuvent candidater par obtention d'équivalence, ou par validation des études, expériences professionnelles ou acquis personnels (décret 2013-756 du 19 août 2013). Les candidatures sont évaluées sur dossier.

Important : le recrutement des étudiants pour la Spécialisation « Mobilisations informationnelles, Médias alternatifs, Marges culturelles » se fait sur dossier, et peut donner lieu à un entretien.

MODALITÉS D'ADMISSION POUR L'ANNÉE 2017-2018

Dossier de candidature à télécharger sur le site de l'université www.univ-paris8.fr rubrique « Inscriptions » à partir du 18 avril 2017 et à retourner jusqu'au 30 mai 2017 inclus (le cachet de la poste faisant foi).

Nombre de places : M1 : 60 - M2 : 95 (par spécialisation : « Industrie musicale : logiques, stratégies, enjeux » : 25 ; « Industrie audiovisuelle : logiques, stratégies, enjeux » : 25 ; « Web et cultures participatives » : 25 ; « Mobilisations informationnelles, Médias alternatifs, Marges culturelles » : 20)

ORGANISATION ET CONTENU DE L'ENSEIGNEMENT

1^e année du Master « ICCREA »

1 ^{er} semestre	2 ^e semestre
UE1 Industries culturelles et créatives : approches critiques (2 EC au choix) • Théories des industries culturelles et créatives (30h - 4 ECTS) • Sciences, techniques et sociétés (30h - 4 ECTS) • Théories de la mondialisation des médias (30h - 4 ECTS) UE2 Industries culturelles et créatives : enjeux et acteurs • Stratégies des acteurs des industries culturelles et créatives (15h - 3 ECTS) • Politiques publiques de la culture (15h - 3 ECTS) UE3 Enseignement d'ouverture Cours libre ou initiative étudiante (start-up, junior entreprise, projet personnel, etc.) (30h - 2 ECTS) UE4 Enseignement linguistique EC – Anglais de la communication (30h - 2 ECTS) UE5 Méthodologie EC – Méthodologie de la recherche en sciences sociales (30h - 4 ECTS)	UE6 Espace public, médias, culture EC – Espace public et médias (30h - 3 ECTS) EC – Théories de la culture (30h - 4 ECTS) UE7 Pratiques des champs professionnels • Marketing des industries culturelles (15h - 3 ECTS) • Ethique et pratiques des industries culturelles (15h - 3 ECTS) • Panorama des champs professionnels / Conférences (15h - 3 ECTS) • Période d'insertion professionnelle (3/6 mois - Rapport problématisé) (3 ECTS) Ou suivi d'un séminaire du CEMTI Ou suivi du séminaire avancé en communication UE8 Recherche EC – Atelier de méthodologie du mémoire (7h30 - 2 ECTS) EC – Mémoire (recherche ou professionnel)-Rédaction (10 ECTS) EC – Mémoire (recherche ou professionnel)-Soutenance (7 ECTS)

2^e année du master « ICCREA » — Spécialisation « Industrie musicale : logiques, stratégies, enjeux »

Objectifs de la formation et débouchés professionnels. — La spécialisation « Industrie musicale : logiques, stratégies, enjeux » s'inscrit dans la continuité de enjeux liés aux industries culturelles et créatives. Originale de par son inscription dans les problématiques culturelles et artistiques actuelles, elle aborde simultanément l'analyse des logiques de production amateurs/professionnelles/industrielles, des logiques de valorisation des contenus musicaux, des modalités de financement (privé/public) ainsi que des pratiques d'écoute à l'heure du numérique et du web collaboratif. Outre la possible poursuite d'études vers une formation doctorale, cette spécialisation vise l'intégration dans des structures professionnelles et/ou associatives en lien direct ou indirect avec le secteur musical. Les secteurs professionnels possibles sont les majors, les labels, les associations, les médias. Au regard des postes occupés aujourd'hui par nos anciens étudiants, les titulaires de ce Master peuvent prétendre à des emplois tels que assistants de production, assistant développement culturel et artistique, manager, responsable/assistant organisation de spectacles, chef de projets musicaux, chargés d'étude, assistant/chef promotion, chef de projets marketing-web.

Spécialisation « Industrie musicale »

UE1 Économie, histoire et esthétique de l'industrie musicale (Semestre 3) • Économie politique des industries de la musique (15h - 4 ECTS) • Esthétique des contenus musicaux (15h - 4 ECTS) • Histoire des musiques populaires (15h - 4 ECTS) UE2 Musiques et publics (Semestre 3) • Publics et goûts musicaux (15h - 4 ECTS) • Usages sociaux de la musique à l'ère numérique (15h - 4 ECTS) UE3 Financement et valorisation de la musique (Semestre 3) • Financement et valorisation des contenus musicaux (15h - 4 ECTS) • Diffusion numérique des contenus musicaux (15h) • Tables rondes professionnelles (15h - 4 ECTS)	UE4 Méthodologie (Semestre 3) • Méthodologie de la recherche en sciences sociales (30h - 4 ECTS) UE5 Recherche en SIC (Semestre 4) • Atelier Méthodologie (7h30 - 3 ECTS) • Mémoire (de recherche ou professionnel) - Texte (10 ECTS) • Mémoire (de recherche ou professionnel) - Soutenance (8 ECTS) • Période d'insertion professionnelle (3/6 mois - Rapport problématisé) suite au stage ou au contrat de professionnalisation) (3 ECTS) Ou suivi des séminaires du CEMTI Ou suivi du séminaire avancé en communication Ou cours libre choisi dans l'offre d'une autre UFR de Paris 8
--	---

2e année du master « ICCREA » — Spécialisation « Industrie audiovisuelle : logiques, stratégies, enjeux »

Objectifs de la formation et débouchés professionnels. — La spécialisation « Industrie audiovisuelle : logiques, stratégies, enjeux » fournit aux étudiants s'orientant vers l'industrie audiovisuelle et les métiers de l'image plus généralement les outils de compréhension du secteur dans une approche pluridisciplinaire. Deux axes organisent les enseignements : production et publics d'une part et images et écrans de l'autre, chacun mêlant des perspectives théoriques et des compétences pratiques. Aux enseignements fondamentaux s'ajoute la possibilité au 2nd semestre de suivre des séminaires de recherche ou d'effectuer une période d'insertion professionnelle significative, de 3 à 6 mois.

Le programme permet en particulier d'acquérir des connaissances sur l'histoire de l'industrie audiovisuelle, sur ses acteurs et sur les mutations imposées par notre société numérique. Il offre des outils d'analyse permettant de comprendre la constitution des marchés audiovisuels à l'heure du web 2.0 et du numérique ainsi que le positionnement des acteurs et des « nouveaux entrants » dans la filière. Il permet aussi d'appréhender les stratégies et les rapports de force entre acteurs publics, privés et indépendants. Il forme enfin les étudiants à exercer une analyse critique des enjeux socio-économiques et professionnels liés au secteur audiovisuel en France comme à l'étranger.

Outre la possible poursuite d'étude vers une formation doctorale, cette spécialisation destine les étudiants à intégrer tant des structures de diffusion (chaînes de télévision, entreprises de distribution cinéma, mais aussi nouveaux médias...) que des entreprises élaborant des contenus ou travaillant à leur promotion (sociétés de production, de promotion et de marketing...).

Spécialisation « Industrie audiovisuelle »

UE1 Production et publics (Semestre 3)	UE3 Méthodologie (Semestre 3)
• Économie politique de l'audiovisuel (15h - 4 ECTS)	• Méthodologie de la recherche en sciences sociales (30h - 4 ECTS)
• Logiques de production et de distribution audiovisuelle et cinématographique (15h - 4 ECTS)	UE4 Recherche en SIC (Semestre 4)
• Fictions sérielles et stratégies éditoriales (15h - 4 ECTS)	• Atelier de méthodologie du mémoire (7h30 - 3 ECTS)
• Connaissance des publics et usages sociaux des écrans (15h - 4 ECTS)	• Mémoire (recherche ou professionnel) - Texte (10 ECTS)
• Conduite de projets (15h - 4 ECTS)	• Mémoire (recherche ou professionnel) - Soutenance (8 ECTS)
UE2 Images et écrans (3 EC au choix) (Semestre 3)	• Période d'insertion professionnelle (3/6 mois - Rapport problématisé suite au stage ou au contrat de professionnalisation) (3 ECTS)
• Sémiologie de l'image (15h - 4 ECTS)	Ou suivi de deux séminaires du CEMTI
• Histoire de l'image : des médias au trans-média (15h - 4 ECTS)	Ou suivi du séminaire avancé en communication
• Valorisation et usages des documents audiovisuels (15h - 4 ECTS)	Ou cours libre choisi dans l'offre d'une autre UFR
• Cours dans l'UE1 ou l'UE2 de la Spécialisation « Web et cultures participatives » (15h - 4 ECTS)	Ou initiative étudiante (start-up, junior entreprise, projet personnel, etc.)

2e année du master « ICCREA » — Spécialisation « Web et cultures participatives »

Objectifs de la formation et débouchés professionnels. — La spécialisation « Web et cultures participatives » offre une formation de haut niveau dans le domaine des industries culturelles et créatives et des cultures participatives qui se développent sur le Web. Elle donne aux étudiants les clés pour comprendre l'ampleur des mutations induites par les innovations technologiques et sociétales sur le web et construire une analyse critique des usages et des processus participatifs.

Les étudiants sont formés aux principaux enjeux sociaux ouverts par le développement du Web participatif : dynamiques d'innovation, enjeux économiques pour les industries du web, big data, bien communs, open data, open access, inégalités des usages sociaux des TIC, production de l'information par la participation, gestion et modération des communautés numériques, positionnement des savoirs experts. Ils sont capables d'analyser les stratégies des principaux acteurs, de concevoir des politiques de communication et des dynamiques participatives sur le web, de gérer des plateformes participatives. La compréhension des logiques à l'œuvre donne aux étudiants une capacité d'adaptation indispensable dans un secteur en mutation et en construction.

Spécialistes des cultures participatives et des stratégies de communication sur le web, les débouchés de cette formation sont à chercher au sein des organismes suivants : titres de presse ou sites de presse en ligne, acteurs de l'information ; départements numériques des médias audiovisuels ou radiophoniques; acteurs du Web actifs dans les contenus ; opérateurs de télécommunications ; médias ; institutions culturelles (organismes de spectacle vivant, musées, galeries, etc.) ; collectivités territoriales ; associations et ONG ; universités. Métiers : chargé d'étude, conseiller ou consultant en stratégie, management de communautés numériques (community manager), responsable de projets stratégiques, chargé d'étude prospective, enseignant-chercheur.

Spécialisation « Web et cultures participatives »

UE1 Société et numérique (Semestre 3)	Production participative d'information et Data Journalism (15h - 4 ECTS)
• Mutations du capitalisme et logiques d'innovation (15h - 4 ECTS)	Cultures participatives, savoirs experts et connaissances scientifiques (15h - 4 ECTS)
• Économie politique de l'Internet et des Data industries (15h - 4 ECTS)	• Cours à choisir dans l'UE2 du M2 Industrie audiovisuelle : logiques, stratégies, enjeux (15h - 4 ECTS)
• Usages sociaux des TIC (15h - 4 ECTS)	UE3 Méthodologie (Semestre 3)
• Conduite de projets (15h - 4 ECTS)	• Méthodologie de la recherche en sciences sociales (30h - 4 ECTS)
UE2 Cultures participatives et données numériques (4 EC au choix) (Semestre 3)	UE4 Recherche en SIC (Semestre 4)
• Biens communs, Open Data et Open Access (15h - 4 ECTS)	• Atelier de méthodologie (7h30 - 3 ECTS)
• Surveillance, contrôle social, vie privée : questions éthiques et juridiques (15h - 4 ECTS)	• Mémoire (recherche ou professionnel) - Texte (10 ECTS)
	• Mémoire (recherche ou professionnel) - Soutenance (8 ECTS)
	• Période d'insertion professionnelle (3/6 mois - Rapport problématisé suite au stage ou au contrat de professionnalisation) (3 ECTS) Ou suivi de deux séminaires du CEMTI Ou suivi du séminaire avancé de communication et d'un séminaire du CEMTI

2e année du master « ICCREA » — Spécialisation « Mobilisations informationnelles, Médias alternatifs, Marges culturelles »

Objectifs de la formation et débouchés professionnels. — La spécialisation « Mobilisations informationnelles, Médias alternatifs, Marges culturelles » permet l'acquisition des savoirs épistémologiques, méthodologiques et critiques nécessaires à l'analyse des mobilisations de la société civile – collectifs citoyens, militants, associatifs ; mouvements participatifs, contestataires, minoritaires ; etc. Cette Spécialisation conduit à la maîtrise des savoirs conceptuels et des méthodes empiriques nécessaires au saisissement de ces phénomènes complexes, des enjeux symboliques, et des rapports sociaux qui y sont en jeu : revendications identitaires, luttes de classement, cultures subalternes et contre-hégémoniques, dynamiques de mobilisation, de légitimation, de participation, etc. Elle permet notamment l'acquisition des compétences fondamentales suivantes : la maîtrise des méthodes d'enquête des Sciences sociales (mise en oeuvre des appareils de preuve qualitatifs : entretiens, ethnographies, etc.) ; l'articulation et la mobilisation de ces compétences dans des projets transversaux (dans le cadre du mémoire, et éventuellement du stage) ; la capacité de travailler en autonomie comme en équipe (travaux de groupe, enquêtes collectives). Au terme de leur cursus, les étudiant-e-s disposent ainsi des outils d'analyse des Sciences sociales permettant de comprendre les enjeux symboliques et politiques qui traversent les processus de production, de diffusion, d'appropriation ou de détournement des dispositifs mobilisationnels et participatifs.

Le cursus ouvre à différents types de postes, mais prépare tout particulièrement aux métiers de l'expertise médiatique et de la communication, dans des organisations ayant à gérer des activités de production médiatique ou à y favoriser l'accès à des publics (chargé de programme ou de production, chargé d'étude, rédacteur, community manager, etc.). Les étudiant-e-s seront en mesure de mettre en oeuvre un répertoire de pratiques liées aux fonctions d'expertise, de production et de diffusion de contenus dans le champ des médias, des industries culturelles, des institutions associatives, aussi bien dans le secteur public (collectivités territoriales, administrations, institutions internationales, etc.) que privé (entreprises de production médiatiques et/ou culturelles, ONG, etc.). Propédeutique à la poursuite d'études doctorales, la Spécialisation prépare également aux métiers de l'enseignement et de la recherche.

Spécialisation « Mobilisations informationnelles, Médias alternatifs, Marges culturelles »

UE1 Domination sociale et marges culturelles (Semestre 3)

- Rapports sociaux de classe : modèles et concepts (15h - 2 ECTS)
- Rapports sociaux de sexe et cultures féministes (15h - 3 ECTS)
- Rapports sociaux de race et cultures subalternes (15h - 3 ECTS)
- Cultures de masse, idéologies et contre-cultures (15h - 3 ECTS)
- Cultures prolétariennes : pratiques historiques et contemporaines (15h - 2 ECTS)

UE2 Action collective et productions symboliques (Semestre 3)

- Mouvements sociaux, médias et action collective (15h - 3 ECTS)
- Médias alternatifs et mobilisations informationnelles (15h - 3 ECTS)
- Luttes pour la reconnaissance et régimes de visibilité médiatiques (15h - 3 ECTS)
- Participation citoyenne et médias numériques (15h - 3 ECTS)
- Pratiques médiatiques, culturelles et minorités linguistiques (15h - 3 ECTS)

UE3 Méthodologie (Semestre 3)

- Épistémologie de la critique (15h - 3 ECTS)

UE4 Méthodologie (Semestre 3)

- Méthodologie de la recherche en sciences sociales (30h - 4 ECTS)

UE5 Recherche (Semestre 4)

- Séminaires avancés (CEMTI - École doctorale en Sciences sociales) (2 ECTS)
- Période d'insertion professionnelle (3 mois - rapport problématisé) (2 ECTS) ou cours libre (à choisir parmi les enseignements des autres UFR) (30h - 2 ECTS)

Ou stage (2 ECTS)

UE6 Recherche en SIC (Semestre 4)

- Atelier méthodologie (7h30 - 2 ECTS)
- Mémoire de recherche - Texte (10 ECTS)
- Mémoire de recherche - Soutenance (9 ECTS)

STAGES EN MASTER (1e et 2e année) ET CONTRAT DE PROFESSIONNALISATION

La période d'insertion professionnelle (d'une durée de trois mois minimum et de six mois maximum) est optionnelle en M1 ICCREA. Elle peut être remplacée par le suivi d'un séminaire de recherche (cf. tableau). La période d'insertion professionnelle (d'une durée de trois mois minimum et de six mois maximum) est optionnelle en M2 pour toutes les spécialisations (cf. tableau par Spécialisation pour les séminaires ou cours à suivre au choix). La période d'insertion professionnelle en M1 et en M2 donne lieu à la rédaction d'un rapport problématisé (sans soutenance), ainsi qu'à l'obtention d'une note. Les autres choix donnent également lieu à la réalisation d'un travail et à l'obtention d'une note. Dans les spécialisations « Industrie audiovisuelle : logiques, stratégies, enjeux », « Industrie musicale : logiques, stratégies, enjeux » et « Web et cultures participatives » les cours sont regroupés sur deux jours, ce qui permet aux étudiants de s'engager dans un contrat de professionnalisation.

MODALITÉS DE CONTRÔLE DES CONNAISSANCES

Aucune note éliminatoire ou plancher n'est appliquée aux étudiants. Contrôle continu (exposés, travaux surveillés, rédaction de documents problématisés) ; Stage/mémoire (rapport de stage, et soutenance devant jury). Des règles particulières sont prévues pour les étudiants ayant des contraintes particulières (salariés, handicapés, sportifs de haut niveau...) qui ne peuvent pas respecter les règles d'assiduité.

ADOSSEMENT À LA RECHERCHE

CEMTI (Centre d'Études sur les Médias, les Technologies et l'Internationalisation) sous la direction de Fabien GRANJON (www2.univ-paris8.fr/centi)
Le parcours « Industries culturelles et créatives (ICCREA) » et ses différentes spécialisations (2e année) s'appuient sur les axes de recherche des enseignants chercheurs du Centre d'Études sur les Médias, les Technologies et l'Internationalisation (CEMTI – EA 3388), laboratoire de l'UFR « Culture et communication ». Les enseignements dispensés au sein du parcours ICCREA recouvrent les objets de recherche du CEMTI : les logiques de production des industries culturelles et créatives (musicales, audiovisuelles, du web), les usages et les enjeux sociaux des médias, de la culture et des technologies (pratiques, appropriations, détournements, politiques, stratégies, etc.), la constitution des audiences et des publics, les processus d'internationalisation de la culture et de la communication, les phénomènes de mobilisations informationnelles et les cultures participatives, etc.