

MASTER

MENTION : Culture et communication

Parcours : Médias internationaux : Enjeux et pratiques

ANNEE 2016- 2017

Responsable de la mention :
Benoît LELONG

Responsables du parcours :
Maxime CERVILLE
(maxime.cerville@univ-paris8.fr)
Jacob MATTHEWS
(jacob.matthews@univ-paris8.fr)

UFR de rattachement :
Culture et Communication (CC)

Secrétariat :
Bât. A, salle 333
Tél. : + 33 1 49 40 7 186

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

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

OBJECTIFS DE LA FORMATION ET COMPETENCES VISEES

Le parcours « Médias internationaux » répond à un réel besoin de formation face à l'évolution des pratiques et des enjeux de la communication mondiale. Il y répond en formant des étudiants à l'expertise et à l'insertion professionnelle sur un secteur en constante évolution, en développant particulièrement trois dimensions fondamentales pour leur réussite : l'internationalisation (connaissance, analyse et pratique des médias en langues étrangères), la spécialisation (nouveaux médias et nouvelles formes

de journalisme, problématiques culturelles contemporaines) et la réflexivité (sur les enjeux de l'information et la responsabilité des professionnels). Il prépare aux enjeux socio-économiques, culturels et politiques des médias internationaux, en conjuguant à la fois les aspects théoriques et professionnels. Il propose enfin aux étudiants de parfaire leurs compétences linguistiques au travers d'une série d'enseignements en sciences de l'information et de la communication dispensés en anglais et en espagnol.

A l'issue de la formation l'étudiant aura acquis un certain nombre de compétences :

- . Recueillir, vérifier et sélectionner les informations nécessaires à la production de contenus journalistiques ou utiles dans le cadre d'une stratégie de communication internationale
- . Concevoir des contenus journalistiques (presse, audiovisuel, web) en utilisant une ou plusieurs langues étrangères
- . Concevoir une stratégie de communication adaptée à une organisation ou une institution opérant dans un contexte international
- . Proposer les moyens et choisir les supports de communication adaptés à la stratégie préalablement définie
- . Mettre en œuvre des actions de communication pour une organisation ou institution opérant à l'échelle internationale
- . Assurer les contacts avec les interlocuteurs de l'institution (internes, externes) et les médias, en prenant en considération les spécificités d'un contexte multilingue et multiculturel
- . Mettre en œuvre des actions de communication pour une organisation ou institution opérant à l'échelle internationale
- . Négocier en langue étrangère avec des prestataires et des fournisseurs et suivre les productions de documents
- . Mettre en œuvre un audit de stratégies de communication pour une organisation ou une institution opérant dans un contexte international.

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

POURSUITES D'ETUDES ET DEBOUCHES PROFESSIONNELS

Le parcours « Médias internationaux » permet de poursuivre un doctorat en Sciences de l'information et de la communication, et offre des débouchés dans les domaines suivants : titres de presse ou sites de presse électronique - bureaux et agences de presse internationale - chaînes internationales de télévision - acteurs du web - radios internationales - institutions internationales - institutions européennes - administrations et ministères (service de presse) - acteurs culturels et économiques participant aux échanges internationaux - collectivités locales (services de communication internationales ou bilingues) - associations humanitaires, de coopération et développement internationales.

- . Types d'emploi accessibles : Correspondant international (E1106 Journalisme et Information Média), Chargé de communication internationale (E1103 Communication), Expert consultant en communication internationale (E1103 Communication), Concepteur ou rédacteur de communication (E1104 Conception de contenus).

CONDITIONS D'ACCES

L'admission est possible en Master 1 comme en Master 2 par validation des études, expériences professionnelles ou acquis personnels (décret 2013-756 du 19 août 2013) et par validation des études supérieures accomplies, notamment à l'étranger.

Pour le M1 :

L'accès en M1 est autorisé en cas d'obtention d'une licence dans un champ compatible avec celui du diplôme du master ou dans le même domaine.

Les étudiants doivent avoir un bon niveau dans une langue étrangère (anglais ou espagnol). Sont compatibles toutes les licences en Sciences de l'information et de la communication, licence professionnelle en SIC, licence en LLCE, option communication ou médias, licence en LEA, option communication ou médias, mais aussi, sous réserve qu'elles aient comporté des enseignements en lien avec les champs intéressant les Sciences de l'information et de la communication, les licences de Sciences humaines et sociales (anthropologie, sociologie des médias et/ou de la communication, science politique...)

Les étudiants sont acceptés dans la formation après évaluation de leur dossier.

Pour le M2 :

L'accès en M2 est autorisé pour les titulaires d'une maîtrise ou des 60 premiers ECTS d'un master compatible.

Sont compatibles tous les masters en Sciences de l'information et de la communication, les masters en LLCE ou LEA option communication ou médias mais aussi, sous réserve qu'ils aient comporté des enseignements en lien avec les champs intéressant les Sciences de l'information et de la communication, les masters de Sciences humaines et sociales (anthropologie, sociologie des médias et/ou de la communication, philosophie, science politique...)

Les étudiants sont acceptés dans la formation après évaluation de leur dossier.

Nombre de places : M1 : 30 - M2 : 30

MODALITES D'ADMISSION POUR L'ANNEE 2016-2017

Le dossier de candidature est à télécharger sur le site de l'université www.univ-paris8.fr rubrique « Inscriptions » à partir du 30 mars 2016 et à retourner jusqu'au 30 mai 2016 inclus (cachet de la poste faisant foi).

ORGANISATION ET CONTENU DE L'ENSEIGNEMENT

1^{ère} année de master (M1)

MASTER 1 - 1 ^{er} semestre	MASTER 1 - 2 ^{ème} semestre
UE Industries culturelles et créatives : approches critiques (8 ECTS) 2 EC au choix : <ul style="list-style-type: none"> · Théories des industries culturelles et créatives · Sciences, techniques et sociétés · Théories de la mondialisation des médias 	UE Espace public, médias, culture (3 ECTS) · Espace public et médias UE Médias et société (4 ECTS) 1 EC au choix : <ul style="list-style-type: none"> · Postcolonial cultures and media representation of gender and race (anglais) · Medios alternativos y comunitarios (espagnol)
UE Méthodologie (4 ECTS) · Méthodologie de la recherche en sciences sociales	UE Valorisation et appropriation (8 ECTS) · Enjeux contemporains des communs · Marketing des médias internationaux
UE Économie politique et Cultural Studies (8 ECTS) · Médias et Cultural Studies · Économie politique des médias internationaux	UE Recherche (19 ECTS) · Atelier méthodologique · Mémoire (théorique ou professionnel) et Soutenance
UE Enseignements d'ouverture (2 ECTS) · Cours libre (à choisir parmi les enseignements des autres UFR)	UE Pratiques des champs professionnels et ouverture thématique (4 ECTS) · Période d'insertion professionnelle (3 mois - Rapport problématisé) · Séminaire de recherche (à Paris 8 ou ailleurs)

2^{nde} année de master (M2)

MASTER 2 - 3 ^{ème} semestre	MASTER 2 - 4 ^{ème} semestre
UE Médias, technologies et relations internationales (12 ECTS) · Économie politique de l'internet et des Data industries · Circulation transnationale de l'information · Propagandes internationales · Pratiques du journalisme	UE Professionnalisation, méthodologie avancée (29 ECTS) · Atelier méthodologique · Mémoire et soutenance au choix : · Séminaire de recherche · Actualité des champs professionnels au choix : · Période d'insertion professionnelle (3 à 6 mois - rapport problématisé) · Cours libre · Initiatives étudiantes
UE Stratégies internationales des organisations (6 ECTS) · Stratégies internationales des marques · Stratégies internationales des ONG	
UE Cultures, médias, pratiques (9 ECTS) · Cultures participatives et médias numériques · Pratiques médiatiques, culturelles et minorités linguistiques (enseignement multilingue) 1 EC au choix : <ul style="list-style-type: none"> · Media and migration (anglais) · Medios, identidad y poder (espagnol) 	
UE Méthodologie (4 ECTS) · Méthodologie de la recherche en sciences sociales	