Communication - Médias

mis à jour le 13/06/2025

Master | Contrat d'apprentissage |
RNCP 38208

Master 2 Information, Communication - Parcours Usages du Numérique, Innovation et Communication (M2_UNIC)

PRÉSENTATION

Présentation de la formation

Le master UNIC est le nouveau nom d'une formation pionnière (master Communication et multimédia, créé en 1999) des métiers du numérique.
Il forme des professionnels de haut niveau dans le domaine des technologies du numérique et de la communication. Le master fournit une formation à la fois théorique et technique qui donne des compétences polyvalentes de plus en plus nécessaires aux entreprises et institutions.
La haute réputation du master s'appuie sur :
- des cours théoriques exigeants qui différencient le master des autres formations professionnelles car ces derniers sont quasi absents des masters concurrents qu'il s'agisse des universités ou des écoles de commerce ;
- une adaptation continue de la formation aux évolutions du numérique avec des enseignements actifs assurés par une large équipe de professionnels ;
- l'apprentissage ou contrat de professionnalisation qui concerne quasiment tous les étudiants et leur apporte une expérience professionnelle solide ;
- le hackathon pédagogique et le voyage d'études à l'étranger ;
- le projet thématique conduit en petites équipes en deuxième année.

Objectifs de la formation

À l'issue de la formation, les apprenants seront en mesure de :
- Identifier et expliquer les connaissances fondamentales du domaine de la communication et du marketing
- Utiliser les outils numériques
- Planifier, organiser et coordonner un projet numérique
- Développer les capacités d'innovation
- Formuler une communication de qualité

Métiers visés

Les diplômés UNIC ont vocation à occuper des postes de direction et d'encadrement des systèmes multimédia, Internet et mobiles auprès d'institutions publiques, d'entreprises, de médias, d'agences de communication ou d'annonceurs. Parmi les postes occupés ces dernières années par les diplômés du

master :
- directeur de communication
- chef de projet
- consultant numérique
- trafic manager
- designer UX

Rythme d'alternance

Le calendrier varie selon la date de la rentrée (fin septembre) mais le principe général reste le même :
- 2 jours à l'université (lundi et mardi)
- 3 jours en entreprise (mercredi, jeudi et vendredi)

depuis la mi- septembre jusqu'à la fin des cours (fin avril).
Ensuite, temps complet en entreprise jusqu'à fin septembre minimum, à l'exception de quelques journées à l'université prévues dans le calendrier.

Dates de la formation et volume horaire

15/09/2025 > 30/09/2026 (480 heures)
Durée : 1 an

UNIVERSITE/ECOLE

Adresse administrative Composante

Institut Français de Presse

75006 - PARIS

Siège Établissement

Université Paris-Panthéon-Assas

75006 - PARIS

ADMISSION

Conditions d'admission

Pré-requis :

Le master 2 est ouvert aux titulaires de Master 1 ou équivalent en sciences humaines et sociales, aux étudiants en IEP, écoles de design, d'arts appliqués, d'architecture et de commerce.
La majorité des étudiants est recrutée en M1 (ouvert aux titulaires d'un diplôme de grade Licence ou équivalent en SHS), mais des places sont disponibles pour un accès direct en M2.
Le diplôme est également accessible par la VAE. Il est recommandé aux candidats de prendre contact préalablement avec la direction du master.

Modalités de candidature

La sélection des candidats se fait sur :
- les compétences académiques attestées par les relevés de note. Le master ne se limite pas aux seuls diplômés en sciences de l'information et communication, il accueille des étudiants de formations très variées.
- les expériences de tous ordres (activités associatives, productions personnelles ou collectives, stages, expériences particulières, etc.).
- la lettre de motivation qui doit être synthétique (deux pages maximum) mais personnelle.

La sélection se fait sur dossier puis, pour certains étudiants, sur entretien.
Il est conseillé aux candidats de se renseigner sur la formation en lisant le site et le blog du master Unic.

CONTACTS

Vos référents FORMASUP PARIS IDF

Héloïse AVERLAN

contact@formasup-paris.com

Ghizlaine BOURAS

Pour les publics en situation de handicap : consultez nos pages dédiées Apprenants et Entreprises.

PROGRAMME

Code RNCP 38208

Direction et équipe pédagogique

Equipe pédagogique composée d'enseignants de l'université et de professionnels dans les domaines du marketing et du web.

- Direction du master :
Cécile MEADEL

- Titulaires :
BADOUARD Romain
BERUT Benjamin
BUFFETEAU Jacques
GILLIOTTE Quentin
MEADEL Cécile

- Professionnels :
ABBOU Julien
ALESSANDRA Pauline
BAROUX Annabelle
BATAILLE Laura
DOITEAU Lucile
DOUCET David
ESPITALLIER Zoé
FINES SCHLUMBERGER Jacques-André
GRIGOLETTO Pierre
HEBERT Maxime
POMMARAT Wilfrid
RICHET Edouard
SPANTI Claudio
VERJUS Stanislas

Programme détaillé de la formation	Volume horaire session - 1 année 1
Économie du numérique Sociologie du numérique. Usages et audience Analyse d'un écosystème numérique	88h
Innovation et marché	96h
Productions multimédia	104h
Organisation et méthodes	96h
Projet professionnel - Projet collectif et soutenance	80h
Suivi personnalisé	16h

Modalités pédagogiques

Le master est entièrement en contrôle continu.
Les enseignements s'appuient sur différents formats pédagogiques :
- un projet d'innovation socio-numérique mené par une petite équipe tout au long de l'année avec l'accompagnement de plusieurs intervenants ;
- un hackathon au cours duquel les étudiant doivent produire en temps limité des supports de communication aptes à répondre aux cahiers des charges fixés par les partenaires ;
- des cours interactifs avec préparation par les étudiants d'interventions diverses (réalisation, exposé, notes...) ;
- des formations par la pratique à travers différentes exercices pratiques ;
- des visites de sites et des rencontres avec des professionnels du secteur ;
- un séjour d'études pour découvrir un écosystème numérique (les dernières années à Tallinn, Tel Aviv, Montréal).

Contrôle des connaissances

L'évaluation des modules de 1 à 4 est individuelle sur la base du contrôle continu, de présentation orale

de travaux collectifs ou individuels et de rendus.
L'évaluation du module 5 est collective. Le projet est encadré par des professionnels (entrepreneurs, chefs de projets, chercheurs) et le professeur associé ; il fait l'objet d'une soutenance devant un jury composé de professionnels et d'enseignants au mois de septembre.

Diplôme délivré

Diplôme de Master. Domaine Sciences Humaines et Sociales ; Mention Information et Communication ; Parcours Usages du numérique, Innovation et Communication .
Diplôme de niveau 7 du Ministère de l'Enseignement supérieur et de la Recherche, délivré par l'Université Paris 2 Panthéon-Assas.

COMPÉTENCES

- Conception, coordination et mise en oeuvre des politiques et stratégies de communication et de diffusion de l'information
- Participation à la réflexion stratégique sur la complémentarité des outils au service de la politique de communication.
- Sensibilisation des acteurs de la structure à la pertinence des actions de communication en vue de la mise en place d'une politique de marque
- Accompagnement des équipes managériales dans la conduite de projets ou de changement
- Veille informationnelle et stratégique dans le but de conseiller la direction et les services de communication
- Participation aux processus d'audit stratégique
- Elaboration, planification, coordination, suivi et évaluation des plans et actions de communication interne/externe
- Conception de messages de communication
- Développement et valorisation de la culture de l'entité
- Mise en place d'une stratégie et de moyens de gestion desrelations avec les publics, les usagers, les administrés ou les clients de l'organi

Posséder les connaissances fondamentales du domaine

- Maîtriser les savoirs fondamentaux de la communication numérique, dans les domaines de la sociologie, de l'économie, du droit.
- Etre apte à porter un regard réflexif et analytique sur les grandes évolutions du numérique.
- Se repérer dans un écosystème numérique d'un point de vue documentaire et pratique.

Comprendre le fonctionnement des outils numériques

- Avoir une bonne connaissance des bases techniques du numérique : outils du web, langages de programmation, outils graphiques, SEO
- Etre capable de concevoir et de rédiger un cahier des charges puis d'en analyser les réponses.

Maîtriser les compétences pour encadrer un projet numérique

- Mener à bien la gestion d'un projet de A à Z.
- Travailler en équipe de manière efficace et en optimisant les ressources.

Développer la capacité d'innovation

- Etre à l'écoute du monde professionnel, des clients et des usagers.
- Formuler des propositions innovantes pour les acteurs du monde de la communication et du numérique.

Etablir une communication de qualité

- Développer des capacités d'expression écrite avec un niveau professionnel.
- Maîtriser les outils de communication en ligne.
- Etre capable de mobiliser les outils de communication vidéo et image.