Communication - Médias

mis à jour le 01/09/2025

Master | Contrat d'apprentissage | Contrat de professionnalisation |
RNCP 38208

Master 2 Information, Communication Parcours Communication Numérique et Analyse de Données (M2_CNAD)

PRÉSENTATION

Présentation de la formation

Le parcours vise à former des cadres spécialistes de la communication et des données numériques. L'accès à une formation ouverte à l'apprentissage en alternance familiarise les étudiants avec le monde de l'entreprise. Les enseignements sont organisés d'une part autour de l'étude des organisations en contexte numérique, d'ateliers pratiques et de conférences professionnelles, d'autre part autour de l'initiation à la recherche en sciences de l'information et de la communication. Le mémoire de fin d'études propose un approfondissement de la transformation numérique des organisations en lien avec le secteur dans lequel a été réalisée l'expérience professionnelle.

Le parcours repose sur trois piliers :
- la professionnalisation (contrat d'apprentissage et de professionnalisation en alternance ou stage, conférences-métiers, ateliers pratiques et enseignements professionnels) ;
- la transversalité des connaissances en sciences de l'information et de la communication, sur les domaines de la communication, du numérique, des médias et de la publicité ;
- les savoir-faire pratiques liés à la gestion de projet, au maniement d'outils, à la collecte et au traitement de l'information numérique sous forme textuelle, quantifiée et graphique.

Objectifs de la formation

À l'issue de la formation, les apprenants seront capables de :
- Distinguer et comprendre l'importance respective de l'UX et de l'UI dans un projet digital.
- Appliquer les techniques d'écoute active pour mener un entretien utilisateur simple et en extraire des informations pertinentes.
- Analyser un parcours utilisateur et le synthétiser sous forme d'une Experience Map basique.
- Identifier les points de friction utilisateurs et formuler une problématique de conception claire.
- Utiliser des méthodes de prototypage rapide (papier et/ou numérique simple) pour visualiser une

Métiers visés

- Responsable de communication numérique
- Conseil en stratégie numérique
- Analyste de données numériques

- Chargé d'études et de recherches
- Recherche universitaire et en entreprise

Rythme d'alternance

De septembre à juin, 2 jours à l'université (lundi et mardi), 3 en entreprise (mercredi, jeudi, vendredi).
Fin de formation en octobre.

Dates de la formation et volume horaire

16/09/2025 > 13/10/2026 (428 heures)
Durée : 1 an

UNIVERSITE/ECOLE

Adresse administrative Composante

UFR Arts et Médias

8, avenue de Saint-Mandé

75012 - Paris

Siège Établissement

Université Sorbonne Nouvelle

8, avenue de Saint-Mandé

75012 - Paris

ADMISSION

Conditions d'admission

Pré-requis :

Formation(s) requise(s) : Master 1 Information-Communication, Master Sociologie, Master en Économie ou autre M1 en Sciences Humaines et Sociales. Pour les étudiants étrangers, un diplôme équivalent ou par Validation des Acquis de l'Expérience.

Modalités de candidature

Examen sur dossier, et le cas échéant, entretien. L'admission est prononcée sur la base de l'examen,

par une commission pédagogique, d'un dossier détaillant le cursus suivi, les titres/diplômes/certifications et notes obtenus et, lorsqu'il y a lieu, tout justificatif de stages - Un CV détaillé assorti le cas échéant des justificatifs d'activité professionnelle.

- Une lettre de motivation (une page maximum) ;

- Un exposé du projet professionnel (deux page dactylographiée maximum) ;

- Photocopie de l'ensemble des diplômes obtenus dans l'enseignement supérieur, des relevés de notes y compris les relevés de notes disponibles pour l'année en cours ;

- Pour les documents en langue étrangère, fournir une copie de la traduction établie par les services consulaires français ou par un traducteur assermenté en France ;

- Pour les candidats titulaires d'un diplôme étranger, attestation de niveau de langue française : C1 minimum (DALF C1, TCF complet (y compris les épreuves facultatives).

CONTACTS

Vos référents FORMASUP PARIS IDF

Naïma ANDEVE

contact@formasup-paris.com

Corinne MAIN

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

Vos contacts « École/Université »

DE MIRANDA Cécile

cecile.demiranda@sorbonne-nouvelle.fr
01 45 87 48 75

PROGRAMME

Code RNCP 38208

Direction et équipe pédagogique

Direction de la formation : Alan Ouakrat, Maître de Conférences en Sciences de l'Information et de la Communication, Université Sorbonne Nouvelle.

Titulaires :
- Yvette Assilaméhou-Kunz, Maître de Conférences en Psychologie sociale, Université Sorbonne Nouvelle
- Fanny Georges, Maître de Conférences en Sciences de l'Information et de la Communication, Université Sorbonne Nouvelle
- Franck Rebillard, Professeur en Sciences de l'Information et de la Communication, Université Sorbonne Nouvelle
- Fabrice Rochelandet, Professeur en Sciences de l'Information et de la Communication, Université Sorbonne Nouvelle
- Luc Shankland, Professeur agrégé en Langue Anglaise, Université Sorbonne Nouvelle
- Camila Moreira-César, Maître de Conférences en Sciences de l'Information et de la Communication à l'Université Sorbonne Nouvelle (USN)

Professionnels :
- Davy Vanderheyden, Enquêteur en Risques et Menaces Contemporaines dans les Nouvelles Technologies, Gendarmerie Nationale
- Lucien Castex, Secrétaire général, Internet Society France
- Pascal Nataf, PDG & Concepteur de jeu, L'Asylum / Affordance Studio
- Etienne Garit, Research Manager, Nielsen
- Yasmina Sadi, Group Strategy Director, Captify

Contenus des enseignements

Le parcours vise à former des cadres spécialistes de la communication et des données numériques. Les enseignements sont organisés d'une part autour de l'étude des organisations en contexte numérique, d'ateliers pratiques et de conférences professionnelles, d'autre part autour de l'initiation à la recherche en sciences de l'information et de la communication.

Programme détaillé de la formation	Volume horaire session - 1 année 1
Réunion de pré-rentrée	4h
Formation à la recherche de contrat d'apprentissage	6h
Les organisations en contexte numérique	92h
Recherches en Sciences de l'Information et de la Communication	96h
Enseignements professionnels et ateliers pratiques	100h
Recherches appliquées en communication numérique	95h
Professionnalisation	35h

Modalités pédagogiques

- Enseignements à distance
- Ateliers
- Conférences métiers du numérique
- Séminaire et colloques de recherche
- Moodle iCampus
- Visite muséale consacrée au numérique (scientifique et artistique)

Contrôle des connaissances

- Contrôle continu
- Soutenance de mémoire
- Présentation d'un bilan de l'alternance en entreprise

Diplôme délivré

Diplôme de Master. Domaine Sciences Humaines et sociales ; Mention Information, communication ; Parcours Communication Numérique et Analyse de Données.
Diplôme de niveau 7 du Ministère de l'Enseignement supérieur et de la Recherche délivré par l'Université Sorbonne Nouvelle.

COMPÉTENCES

- Responsable de communication numérique
- Conseil en stratégie numérique
- Analyste de données numériques
- Chargé d'études et de recherches
- Recherche universitaire et en entreprise

Veille documentaire

- Identifier les sources d'informations pertinentes du domaine.
- Effectuer un suivi régulier de ces sources d'informations.
- Rédiger des synthèses des évolutions pertinentes pour l'activité de l'entreprise.

Organisation événementielle

- Définir les objectifs de l'événement et les moyens à envisager (matériels et logistiques).
- Identifier les partenaires et prestataires, obtenir des devis et composer le budget.
- Promouvoir l'événement en définissant une stratégie de communication et la mettre en oeuvre.

Édition et publication newsletters

- Faire un bilan-diagnostic de la communication de l'organisation et des besoins des publics visés.
- Mettre en place une enquête et analyser les résultats sur les liens des publics à l'information diffusée .
- Proposer une stratégie éditoriale et impliquer les salariés.

Animation réseaux sociaux

- Définir un calendrier de publications et d'animation éditoriale et le mettre en oeuvre.
- Gérer les interactions avec les clients et les publics.
- Evaluer l'intérêt des publics et réviser la stratégie.

Gestion de projets

- Définir un calendrier et des étapes.
- Déterminer les moyens à mettre en oeuvre par rapport aux buts fixés.
- Proposer des bilans-intermédiaires pour veiller à la bonne réalisation des objectifs assignés au projet.

Plan de communication numérique

- Identifier les lieux pertinents où il faut être pour entrer en contact avec les publics et les intéresser.
- Recenser les propositions créatives et sélectionner les plus aptes à remplir les objectifs définis.
- Trouver des moyens efficients d'assurer la visibilité des messages en limitant les coûts et en maximisant l'efficacité.