Communication - Médias

mis à jour le 13/06/2025

Master | Contrat d'apprentissage | Contrat de professionnalisation |
RNCP 40098

Master 2 Langues, Littératures et civilisations étrangères et régionales - Parcours Master International Innovation Culturelle et Communication (M2_IIC)

PRÉSENTATION

Présentation de la formation

Le Master 2 bilingue International Innovation Culturelle et Communication (IIC) est une formation très innovante qui combine l'analyse des enjeux du monde contemporain mondialisé, l'analyse des tendances, la connaissance des enjeux et des outils de la communication visuelle et digitale avec de très solides compétences dans la production de contenus en français et en anglais.
S'appuyant sur un spectre de compétences interdisciplinaires (sémiologie / analyse des média / connaissance des pratiques numériques...), il forme des professionnels aux compétences transverses sachant répondre aux attentes des entreprises et des institutions dans le domaine de la communication multicanal, et des métiers de la veille stratégique, du marketing, du brand design.

Il s'adresse tant aux acteurs de l'économie numérique qu'aux institutions visant à faire évoluer leur stratégie de communication. Une collaboration soutenue avec des professionnels du secteur de la communication (agences de communication ou de conseil...), des études de marché, de l'économie numérique (SEO / nouveaux formats du numérique...) et des acteurs de l'économie de la culture offre aux étudiants une vision unique sur les enjeux en perpétuelle évolution de notre économie de l'expérience.
Il fait entrer en dialogue de manière unique en France des chercheurs travaillant dans le domaine de la culture visuelle contemporaine, de la mondialisation culturelle, de la linguistique, avec des professionnels de l'économie numérique, de la communication et du brand design.

Objectifs de la formation

À l'issue de la formation, les apprenants seront capables de :
- Concevoir des stratégies de communication adaptées aux enjeux contemporains, en mobilisant les outils numériques, les techniques du brand design, de l'analyse de marque et de la prospective.
- Piloter des projets de communication multicanaux, de la conception à la réalisation, en intégrant les formats print, numériques et audiovisuels (écriture, vidéo, podcast), en français et en anglais.
- Analyser les contextes culturels, sociaux et professionnels pour proposer des actions de communication pertinentes dans des secteurs variés, notamment celui de la culture et des institutions.
- Mobiliser des compétences transversales de haut niveau, incluant l'analyse, la synthèse, la gestion de

projet, la communication interpersonnelle et la capacité à évoluer dans des environnements innovants (intrapreneuriat, travail collaboratif...).

Métiers visés

Métiers au sein des secteurs de la communication (multicanal), du planning stratégique et du brand design ; au sein de services et d'entreprises de relations presse ; d'acteurs de l'événementiel ; d'entreprises oeuvrant dans le domaine de la veille stratégique et de l'accompagnement du changement.
- Chef de projet marketing et communication
- Planneur stratégique
- Responsable en veille stratégique
- Chargé.e d'études prospectives
- Analyste de tendances
- Chef de projet communication interne ou externe
- Chef de projet évènementiel
- Chef de projet relations « publics »
- Rédacteur/trice web
- Community manager
- Chargé.e de projet audio-visuel

Rythme d'alternance

1 semaine de formation toutes les trois ou quatre semaines.
L'année débute et s'achève par deux semaines de formation.
Le rythme peut varier d'une année sur l'autre en fonction de l'évolution des pratiques des entreprises, mais le principe reste celui de semaines de formation intensive toutes les trois ou quatre semaines.

Dates de la formation et volume horaire

01/09/2025 > 18/09/2026 (426 heures)
Durée : 1 an

UNIVERSITE/ECOLE

Adresse administrative Composante

Faculté des Sociétés et Humanités - UPC

85, boulevard Saint-Germain

75006 - PARIS

Siège Établissement

Université Paris Cité

85, boulevard Saint-Germain

75006 - PARIS

ADMISSION

Conditions d'admission

Pré-requis :

Le M2 IIC est ouvert aux titulaires d'un M1 dans les domaines des Langues, lettres et sciences Humaines, mais aussi du domaine Économie / Gestion et Information / Communication.
Niveau C1/C2 en français et anglais, (CECRL, équivalent 800 TOEIC). De très bonnes compétences rédactionnelles en français et en anglais sont requises.
Expérience professionnelle préalable bienvenue. Les étudiants devront faire la preuve de leur capacité à travailler en équipe, mais aussi en autonomie. Ils devront manifester une réelle curiosité pour les enjeux du monde contemporain.
Un projet d'alternance déjà avancé sera apprécié.

Modalités de candidature

Pré-sélection sur dossier.
Le dossier devra comporter : un CV, une lettre de motivation (en français ou en anglais), les relevés de notes de Licence et de Master (M1 et/ou M2), deux lettres de recommandation (en français ou en anglais, d'enseignants ou de professionnels auprès desquels l'étudiant aurait travaillé).
Sélection sur entretien. L'entretien se tient en français et en anglais devant un jury constitué de membres de l'équipe pédagogique : enseignants et/ou professionnels.
La candidature se fait en ligne via la plateforme eCandidat de l'Université de Paris.

Les candidat.e.s sont vivement encouragé.e.s à amorcer leur recherche d'un contrat en alternance (apprentissage ou contrat de professionnalisation) dès le printemps précédant la rentrée.

CONTACTS

Vos référents FORMASUP PARIS IDF

Laëtitia CHIODI

contact@formasup-paris.com

Stéphanie SILVESTRE

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

Vos contacts « École/Université »

Sophie Rouquette

sophie.rouquette@u-paris.fr

ROUQUETTE Sophie

sophie.rouquette@u-paris.fr
01 57 27 58 50

PROGRAMME

Code RNCP 40098

Direction et équipe pédagogique

L'équipe pédagogique est constituée d'enseignants-chercheurs travaillant dans les domaines de la culture contemporaine, de la culture visuelle, de la linguistique, et des intervenants professionnels : acteurs des métiers de la communication numérique, des nouveaux métiers de la communication audio-visuelle, de la prospective et des études de marché, des institutions culturelles, du journalisme web.

Responsables du Master :
- Catherine BERNARD, co-directrice du Master, Professeure d'études visuelles. UFR d'Etudes anglophones. Université Paris Cité
- Ariane Hudelet, co-directrice du Master, Professeure de culture visuelle, UFR d'Études anglophones, Université Paris Cité

Contenus des enseignements

Unités d'enseignement
- Analyse du monde contemporain: semestres 1 et 2
- Techniques d'expression et communication (français / anglais / numérique): semestres 1 et 2

Au second semestre, l'UE5 est réservée à l'évaluation de l'expérience professionnelle en alternance :
- Rapport d'alternance et suivi (points d'étape)
- Retour d'expérience professionnelle en alternance : oral de fin d'études
- Retour d'expérience professionnelle en alternance : Évaluation finale par l'entreprise

Les étudiants doivent suivre l'intégralité des enseignements.
Les enseignements sont donnés à 50% en anglais.

Programme détaillé de la formation	Volume horaire session - 1 année 1
UE 1 (semestres 1 et 2) : Comprendre la mondialisation	36h
Culture visuelle et communication	46h
Communication / Économie numérique contemporaine	112h
Techniques d'expression et communication (anglais / français / design graphique)	108h
Économie de l'incubation	62h
Études de marché / prospective	56h
Retour d'expérience professionnelle en alternance	6h

Modalités pédagogiques

Les enseignements ont lieu en effectifs restreints (promotion de 22 étudiants maximum) sous forme d'ateliers. Ils combinent projets en groupes et travaux en autonomie. Ils ont lieu à 60% en anglais.
En fonction de l'évolution de l'économie de la communication et des pratiques, ils reposent sur :
- des ateliers d'analyse des enjeux du monde contemporain ;
- une veille documentaire portant sur l'actualité du monde contemporain ;
- des études de cas spécifiques (analyse sémiologique, études de marché) ;
- des apprentissages dans le domaine de l'économie numérique (SEO...) ;
- des projets créatifs (travaux vidéo / podcasts / incubation de projets numériques) ;
- des travaux d'écriture web / de présentation orale (en français et en anglais) ;
- des visites de terrain (entreprises de la communication, du numérique, institutions culturelles, tiers-lieux...) ;
- des conférences de professionnels ;
- un rapport de fin d'études.

Un suivi individuel est assuré par les deux directrices du Master.

Contrôle des connaissances

Contrôle continu. Selon les enseignements, il peut prendre la forme de travaux de groupes, ou de travaux en autonomie permettant de mobiliser de manière transverse les compétences acquises dans tout le spectre des enseignements.
L'expérience professionnelle en alternance est suivie et évaluée dans le cadre d'échanges entre le maître d'apprentissage et l'enseignante référente.
L'alternant fait un retour d'expérience dans le cadre de son rapport final et de son oral de fin d'études.

Diplôme délivré

Diplôme national de niveau 7 du Ministère de l'Enseignement supérieur et de la Recherche, délivré par Université Paris Cité

COMPÉTENCES

Les compétences transverses et actualisées des diplômés du Master IIC leur permettent de s'insérer dans tout l'éco-système des métiers de la communication : start-ups, agences de communication ou de branding, services de communication interne, sociétés de production audio-visuelle, institutions culturelles et tiers-lieux.
Les diplômés du Master IIC peuvent faire valoir leur excellente connaissance des pratiques culturelles contemporaines globalisées, mais aussi leurs capacités à accompagner une stratégie de développement, en particulier dans le domaine de la communication numérique, de l'analyse de tendances, des études de marché, du planning stratégique, de la production de contenus.
La combinaison innovante d'apprentissages offerte par le Master permet aux étudiants de développer des compétences dans le montage de projets, dans le domaine de la veille stratégique, et de l'analyse de tendances, combinées à des compétences extrêmement solides dans la production de contenus bilingues.

Analyser les enjeux du monde contemporain

- Mobiliser ses connaissances interdisciplinaires des enjeux du monde contemporain, des pratiques de consommation et des pratiques culturelles.
- Opérer une veille stratégique permettant de cerner et d'analyser les enjeux d'une stratégie de développement dans un contexte mondialisé.
- Anticiper les évolutions des pratiques, repérer les signaux faibles et penser ces évolutions de manière transverse.

Analyser le positionnement des marques et leur identité

- Analyser les stratégies des marques, leurs modes de consommation et positionnement (benchmark).
- Accompagner la stratégie de redéfinition ou d'évolution de la marque, des pratiques qui l'accompagnent, de son public cible.
- Penser ce positionnement en contexte, en lien avec les évolutions des pratiques culturelles, en particulier dans le domaine du numérique.

Maîtriser les pratiques de l'économie numérique

- Maîtriser les enjeux de l'économie numérique: SEO / stratégie du développement en ligne...
- Mettre en synergie les formats de la communication numérique et ceux de la communication audio-visuelle (vidéo / podcasts...) en lien avec le positionnement de l'entreprise ou de l'institution.
- Adapter en permanence les stratégies de communication aux pratiques numériques en évolution.

Produire des contenus innovants (français / anglais)

- Produire des contenus de qualité, adaptés, en français, comme en anglais, et suivre la chaîne éditoriale.
- Adapter les contenus aux évolutions de la communication en ligne (contenus web).
- Travailler dans un environnement bilingue / accompagner le développement de l'activité de l'entreprise ou de l'institution à l'international.