

Master | Contrat d'apprentissage | Contrat de professionnalisation |  
RNCP 36768

# Master 2 Industries Culturelles - Parcours Dynamiques Culturelles : politiques, communication et médiation (M2\_DC)

## PRÉSENTATION

### ► Présentation de la formation

Le Master 2 IC-Dynamiques culturelles des territoires - Politiques, communication et médiations a pour but de former des professionnels, capables d'articuler les médiations et actions en direction des publics, mais aussi de concevoir et conduire des projets culturels au sein des équipements culturels, des collectivités territoriales, des organisations, associations, fondations parties prenantes de la culture...

L'intervention complémentaire d'enseignant-es-chercheur.es et de professionnel·les du domaine de la culture permet une articulation entre les approches, les savoirs et les mises en oeuvres théoriques, analytiques et pratiques.

Le domaine culturel est appréhendé dans une conception plurielle et qui valorise les approches de l'éducation populaire et l'ancrage des actions culturelles dans les territoires.

Des projets sont organisés afin permettre la mise en situation professionnelle des étudiant-es et leur inscription dans un réseau de structures partenaires.

Enfin, l'association « Les dynamos » regroupe les étudiant-es du master durant leur temps de formation. Elle est également ouverte aux anciens étudiant-es. Elle propose une synergie entre pairs.

Le parcours Dynamiques culturelles des territoires propose de former de futur.es professionnel.les du secteur culturel, en articulant connaissances théoriques et savoirs professionnels, afin de savoir conjuguer les approches relatives :

- aux différents acteurs de la vie culturelle (équipements, collectivités, associations, entreprises...),
- aux différentes formes de l'expression artistique ou culturelle (théâtre, danse, expositions, cinéma, audiovisuel...),
- aux pratiques culturelles dans leur diversité,
- aux médiations, aux actions culturelles, à la circulation des savoirs, aux ressources numériques,
- aux différents publics et aux politiques d'inclusion.

Au terme de cette formation, les étudiant-es, diplômé-es, sont en capacité d'analyser les politiques culturelles des structures dans leur rapport à leurs projets, à leur territoire, à leurs publics, à leurs partenaires.

Ils et elles savent maîtriser les outils d'enquêtes, de recherche et d'analyse documentaire, ainsi que la rédaction de rapports d'étude, grâce notamment à leur expérience acquise durant la formation avec la rédaction d'un mémoire visant à auditer leur structure d'accueil en stage et apprentissage. Ce mémoire les conduit à mobiliser connaissances du champ de la culture, études de politique culturelle et s'adosse à l'expérience de projets tuteurés conduits pendant la formation. Il les conduit aussi à poser un diagnostic et des pistes de solution.

### ► Objectifs de la formation

À l'issue de la formation, les apprenants seront capables de :

- Articuler les médiations et les actions en direction de publics diversifiés.
- Gérer des projets dans les industries culturelles, créatives et médiatiques.
- Identifier et analyser les enjeux et problématiques d'un équipement culturel.
- Concevoir et mettre en oeuvre une communication transmédia.
- Proposer des solutions adaptées en réponse aux contextes et aux problématiques identifiés.

### ► Métiers visés

---

- Chargé de communication
- Chargé des relations avec les publics
- Chargé de développement culturel territorial
- Chargé de médiation culturelle
- Concepteur et développeur de projets culturels et de communication

### ► Rythme d'alternance

Fin septembre - début décembre : 3j université / 2j structure d'accueil.

début décembre - fin mars : 2j université / 3j structure d'accueil.

Avril : temps plein apprentissage avec suivi 1j / semaine.

Mai - juillet suivi mensuel (1j/mois).

### ► Dates de la formation et volume horaire

15/09/2025 > 30/09/2026 (444 heures)

Durée : 1 an

## UNIVERSITE/ECOLE

---

### ► Adresse administrative Composante

UFR des Sciences de l'Information et de la Communication

99, avenue Jean-Baptiste Clément

93430 - VILLETANEUSE



### ► Siège Établissement

Université Sorbonne Paris Nord

99, avenue Jean-Baptiste Clément

93430 - VILLETANEUSE



## ADMISSION

---

### ► Conditions d'admission

Pré-requis :

Pour candidater, les étudiants doivent être titulaires d'une première année de master en Communication, Arts, Sciences humaines et sociales, Sciences politiques, Médiation culturelle...

Le Master est ouvert aux candidat.e.s relevant de la formation continue.

## ► Modalités de candidature

---

S'inscrire sur la plateforme Ecandidat.

Divers éléments sont à prendre en compte :

- Contribution Vie Étudiante et de Campus : 92 euros.

Pour obtenir l'attestation CVEC, se connecter à [www.messervices.etudiant.gouv.fr](http://www.messervices.etudiant.gouv.fr) et avec votre compte à <https://cvec.etudiant.gouv.fr/>

## CONTACTS

---

### ► Vos référents FORMASUP PARIS IDF

---

Vanessa MASSENGO-KEKOLO

[contact@formasup-paris.com](mailto:contact@formasup-paris.com)

Corinne MAIN

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



### ► Vos contacts « École/Université »

---

Contact Master Industries culturelles SPN - M2DC

[industries.culturelles@univ-paris13.fr](mailto:industries.culturelles@univ-paris13.fr)

01 49 40 20 44

LECUN Enjooye

[industries.culturelles@univ-paris13.fr](mailto:industries.culturelles@univ-paris13.fr)

01 49 40 30 36

## PROGRAMME

---

### ► Code RNCP 36768

---

### ► Direction et équipe pédagogique

---

- SAVIGNAC Emmanuelle, Professeure des universités - Responsable / Directrice du parcours - Responsable de la mention
- ADAM Denis, CEPJ - PAST - Responsable / Directeur du parcours
- BENISTANT Alix - Responsable de la mention
- VIDAL Geneviève, Professeure des universités
- ROJAS Estrella, Maitresse de conférences
- BENISTANT Alix, Maître de conférences
- MAYER Judith, PRCE
- COUDRIOU Cécile, PRAG
- JOUANNEAU-DAMANCE Grégory, PRAG
- MALVOISIN Thierry, Directeur technique La filière
- De VIERVILLE Frédéric, Consultant communication
- GAUTELLIER Christian, Directeur festival film d'éducation CEMEA
- CHARLESBEITZ Michel, Administrateur ENACR
- REMY Vincent, Juriste
- YOUNG Valéria, Consultante
- BRILLANCEAU Lucie, Chargée des publics
- JONCHERY Anne, DEPPS Ministère de la Culture
- BELLAVOINE Christine, Sociologue Mairie de Saint-Denis
- JOANNIS Héloïse, FRAC Ile de France
- GARZON Solenn, Service culture Sorbonne Paris Nord
- CULLET Alissa, Mairie de Créteil
- BARUCCO Mireille, Secrétaire générale de la MAC Créteil
- CAZEDEBAT Théo, Nouveau théâtre de Montreuil
- CHARTRON Marie, Documentariste Radio France
- VEM CLEFS Denis, DAC Montreuil

Volume horaire  
session - 1  
année 1



## Programme détaillé de la formation

Connaissance et analyse du champ culturel	81h
Politique des publics et médiation culturelle	60h
Conception et montage de projets culturels	93h
Contemporary issues in the cultural field	30h
Méthodologies et Professionnalisation	105h
Pratiques professionnelles et études de cas	60h
Examens	9h
Prérentrée	6h

### ► Modalités pédagogiques

Les cours s'organisent de la manière suivante : enseignement de fondamentaux, acquisition de notions et méthodologie, le tout sous forme de cours magistraux et travaux dirigés.

### ► Contrôle des connaissances

Examens (intensifs ... hors contrôle continu), Soutenance Projet Tutoré et Soutenance Mémoire.

### ► Diplôme délivré

Diplôme national de niveau 7 du Ministère de l'Enseignement supérieur et de la Recherche délivré par l'Université Sorbonne Paris Nord, Mention Industries culturelles.

## COMPÉTENCES

---

- Conception et participation à des projets au sein des diverses industries culturelles et créatives au niveau local, national et international
- Identification de l'environnement culturel, créatif et médiatique
- Conception et réalisation de centres de ressources numériques
- Conception et participation à des opérations de circulation des savoirs
- Analyse de situations de communication
- Analyse des offres et des politiques culturelles territoriales
- Conception et participation aux actions de numérisation de la culture
- Management des entreprises culturelles et des affaires culturelles au sein d'une organisation
- Participation à la gestion administrative et budgétaire des projets en industries culturelles et créatives

## ► Conception et montage de projets culturels

---

- Sélectionner et utiliser les logiciels dédiés
- Mettre en oeuvre une communication transmedia
- Se servir de façon autonome des outils numériques avancés pour un ou plusieurs métiers ou secteurs de recherche du domaine

## ► Politique des publics et médiation culturelle

---

- Concevoir et conduire des actions de communication liées à la culture et aux industries culturelles, créatives et médiatiques en intégrant les outils numériques
- Concevoir et conduire des actions de médiation culturelle et de développement des publics
- Utiliser, différencier et interpréter les diverses formes d'écriture mobilisées dans les industries culturelles



## ► Pratiques professionnelles et études de cas

---

- Gérer des contextes professionnels ou d'études complexes, imprévisibles et qui nécessitent des approches stratégiques nouvelles
- Prendre des responsabilités pour contribuer aux savoirs et aux pratiques professionnelles et/ou pour réviser la performance stratégique d'une équipe
- Conduire un projet (conception, pilotage, coordination d'équipe, mise en oeuvre et gestion, évaluation, diffusion) pouvant mobiliser des compétences pluridisciplinaires dans un cadre collaboratif

## ► Connaissance et analyse du champ culturel

---

- Appréhender les enjeux sociaux, historiques, économiques, politiques, esthétiques et sémiologiques relatifs au développement des industries culturelles, créatives et médiatiques aux échelles nationale et internationales
- Maîtriser et mobiliser les fondements théoriques et critiques de l'action, de la médiation et des politiques culturelles du domaine, aux échelles nationale et internationale
- Mobiliser les méthodes d'analyse des situations complexes (enquêtes, diagnostics, entretiens, observation participante, analyse socioéconomique et organisationnelle) dans le champ des industries culturelles, créatives et médiatiques