Communication - Médias

Master | Contrat d'apprentissage |
RNCP 38208

Master Information Communication Parcours Global Journalism and Communication (M_GJC)

PRÉSENTATION

Présentation de la formation

Le Master Info-Com, parcours Global Journalism and Communication a pour but de fournir un enseignement combinant des aspects théoriques durables sur les relations internationales et les médias ainsi que sur les structures de production de contenus et d'événements, avec des connaissances pratiques apportées par des professionnels.
Conçus en lien étroit avec des médias internationaux, des entreprises de presse, des acteurs du secteur digital et des agences de communication, les enseignements ont pour objectif d'initier les étudiants à l'information et à la communication à travers les méthodes du journalisme.

Plusieurs travaux en atelier permettent de construire des projets concrets et d'enrichir la créativité et les connaissances des étudiants afin qu'ils puissent accéder au marché du travail avec une grande autonomie et une capacité d'adaptation.

Les enseignements sont dispensés par des enseignants-chercheurs de l'Institut Français de Presse et par des intervenants professionnels extérieurs.

Objectifs de la formation

- Motiver des collaborateurs et managers autour d'un projet de communication à déployer
- Piloter la coordination des ressources et compétences nécessaires à la mise en oeuvre d'un projet communicationnel
- Réaliser et/ou superviser la réalisation de différents supports et outils de communication

Métiers visés

- Responsable de communication et d'évènementiel dans des groupes internationaux ;
- Responsable de communication et d'évènementiel dans les institutions internationales et diplomatiques ;
- Responsable de promotion personnelle ;
- Responsable de partenariats et de développement ;
- Journaliste/chroniqueur international ;
- Web journaliste dans les médias anglo-saxons et sur les pages internationales de titres francophones.

Rythme d'alternance

M1 GJC
2 jours par semaine (jeudi, vendredi) à l'université ; 3 jours par semaine en entreprise (lundi, mardi, mercredi)
+ Projet personnel (conférences / ateliers pratiques / tutorat compétences / ateliers de REX en apprentissage) :
+ jours de workshops (environ une semaine par mois)
+ 2 semaines de voyage de recherche et de rencontres professionnelles

M2 GJC
2 jours par semaine (jeudi, vendredi) à l'université ; 3 jours par semaine en entreprise (lundi, mardi, mercredi)
+ Projet personnel (conférences / ateliers pratiques / tutorat compétences / ateliers de REX en apprentissage) :
+ jours de workshops (environ une semaine par mois)
+ 1 semaine de voyage de recherche et de rencontres professionnelles

Dates de la formation et volume horaire

1 ère année : 08/09/2025 > 30/09/2027 (420 heures)
2 ème année : 08/09/2025 > 30/09/2026 (480 heures)
Durée : 2 ans
Nombre d'heures : 900h

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 :

Un niveau linguistique minimum est exigé en anglais (B2) avec une lettre d'enseignant de cette langue ou un certificat international Toeic, Toefl, Ielts, Cambridge First Certificate...

Année 1 :

Pour intégrer le M1, un niveau minimum Bac + 3 ou équivalent est demandé.

Année 2 :

- Candidats de l'université Paris 2 Panthéon-Assas du M1 Info-Com : l'admission en M2 est de fait
- Candidats de l'université Paris 2 ayant validé un M1 hors domaine SHS et/ou mention Info-Com : vérification que les UE ou modules acquis leur permettent de suivre et obtenir le M2 + examen des dossiers de candidature
- Candidats hors Paris 2 ayant validé un M1 quelque soit le domaine et/ou mention : vérification que les UE/modules acquis leur permettent de suivre et obtenir le M2 + examen des dossiers de candidature dans le respect des capacités d'accueil.

Modalités de candidature

Déposer la candidature sur Mon Master.

CONTACTS

Vos référents FORMASUP PARIS IDF

Huguette NKONGI MBUNGU

contact@formasup-paris.com

Héloïse AVERLAN

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

PROGRAMME

Code RNCP 38208

Direction et équipe pédagogique

D'ALMEIDA Fabrice, professeur des universités à l'IFP, Directeur de la formation
DEVILLARD Valérie, dir.UFR IFP, Pdte Départmnt SIC, Responsable de la mention
BIEI Inna, post-doc, IFP, université Paris-Panthéon-Assas
LE CHAMPION Rémy, mcf à l'UPPA
MERCIER Arnaud, professeur des universités à l'UPPA
NOËLSophie, professeure des universités à l'UPPA
PAVARD Bibia, mcf à l'UPPA
PNEVMATIKOS Stefanos, Dr, responsable administratif, IFP
DE BOISSIEU Pierre, professeur agrégé
DOMENECH Fanny, mcf de langues, directrice du Pôle langue
GAILLARD Mathilde, mcf en langues
PEREON Yves-Marie, Pr de langues,
RINGEISEN-BIARDEAUD Julliette, mcf en langue, directrice adjointe du Pôle langues
BURGES-WATSON Tom, Multilingual Journalist, France 24
CASALI Clovis, Journalist, Reporter, Presenter, France 24
HERBERT Douglas, International Affairs Commentator, France 24
NORRIS-TRENT Catherine, Senior International Reporter, France 24
MOI Izabela Moi, journaliste indépendante, Folha, Sao Paulo
RODRIGUES DOS SANTOS Jose, grand reporter, présentateur, RTP
VANIER Cyril, Senior Presenter, Al Jazeera
CHAUVEAU Agnès, Directrice Générale de l'INA, strat com
COQUARD Garance, réalisatrice, initiation film et image numérique
HACCOUN Fabrice, manager, spécialiste des bases de données et de l'IA
LEFEBVRE Quentin, conseil en gestion des affaires, Société.com
STUPAR Mileva, directrice des archives de l'INA, numérique et bases de données
DOUX François, ancien journaliste de Bloomberg, directeur de la communication, BNP Paribas
LAFERRIERE Alexandra, Directrice Générale, Publicis Consultants
GOURDET Ludivine, Head of Marketing and Communication, Alternativ

Programme détaillé de la formation	Volume horaire session - 1 année 1	Volume horaire session - 1 année 2
Basic teachings : Media studies (M1) + In depth learnings (M2)	100h	75h
Practices	98h	80h
Methodology	30h	75h
Mission abroad (M1) + In depth learnings (M2)	70h	75h
Practices	92h	100h
Methodology, Science, Ecology	30h	75h
Soutenances		

Modalités pédagogiques

Les cours se déroulent sous la forme de cours magistraux et séminaire de recherche.

Contrôle des connaissances

Le contrôle des connaissances s'effectue en contrôle continu.

Diplôme délivré

Diplôme national de niveau 7 du Ministère de l'Enseignement supérieur et de la Recherche

COMPÉTENCES

- Développement de la communication en ligne

- Création de sites en ligne et de médias
- Rédaction de contenus pour le numérique et l'analogique
- Réalisation d'images ou de documentaires de portée internationale
- Organisation d'événements
- Gestion de réseaux sociaux
- Stratégie de webmarketing

Basic teachings : Media studies

- Communiquer et interagir avec les medias
- Comprendre les fondements des stratégies d'alliance et de recommandation
- Comprendre les contextes socio-professionnels, culturels, nationaux et internationaux pour déployer une stratégie et des moyens de communication, adaptés

In depth learning

- Maitriser les processus nécessaires à la conduite d'une réflexion stratégique de communication globale
- Suivre l'état de la recherche et l'évolution de la règlementation en actualisant ses connaissances par une veille dans son domaine
- Développer une conscience critique des savoirs dans un domaine et/ou à l'interface de plusieurs domaines

Practices - Workshops

- Mobiliser les techniques de production de supports (écrits, visuels, audiovisuels, multimédias) afin de mettre en oeuvre les stratégies retenues
- Concevoir des tableaux de bord et identifier des indicateurs pour évaluer l'efficacité de dispositifs préalablement élaboré
- Gérer des contextes professionnels ou d'études complexes, imprévisibles et qui nécessitent des approches stratégiques nouvelles

Methodology, Science, Ecology

- Maîtriser les bases juridiques et les principes éthiques liés aux métiers de la communication
- Conduire une analyse réflexive et distanciée prenant en compte les enjeux, les problématiques et la complexité d'une demande ou d'une situation
- Respecter les principes d'éthique, de déontologie et de responsabilité environnementale