

Master | Contrat d'apprentissage |
RNCP 38208

Master 2 Information Communication - Parcours Communication, Villes et Territoires Numériques (M2_CVTN)

PRÉSENTATION

► Présentation de la formation

Le parcours Communication, villes et territoires numériques est une des filières offertes dans le cadre du master Information et Communication de l'IFP, Université Paris-Panthéon-Assas. Cette formation en apprentissage se donne pour objectif de former des spécialistes de l'ingénierie numérique, la communication des villes, du paysage et du patrimoine urbains ; il prépare aux métiers de responsables de communication ou de digital officers dans les collectivités territoriales, les entreprises, les organismes publics, les ONGs qui interviennent dans la gestion et l'aménagement des territoires et de l'environnement urbain.

► Objectifs de la formation

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

- Analyser les enjeux sociaux, environnementaux et économiques liés aux transformations urbaines dans le contexte de la double transition numérique et écologique.
- Évaluer l'impact des outils de communication numérique sur les dynamiques urbaines (mobilité, pollution, sécurité, participation citoyenne, gestion des données, etc.).
- Concevoir des dispositifs de communication numérique intégrés aux politiques de développement urbain durable.
- Mobiliser les concepts de smart city, intelligent city, knowledge city de manière critique pour proposer des solutions contextualisées et non standardisées.
- Articuler les dimensions techniques, institutionnelles et citoyennes de la communication numérique dans une logique de gouvernance urbaine collaborative (modèle de la triple hélice).
- Développer des projets numériques intersectoriels en collaboration avec des acteurs publics, privés et de la société civile.

► Métiers visés

- Chargé de communication
- Chargé de communication web
- Chargé des relations publiques digitales
- Conseiller en communication numérique et territoriale
- Consultant en communication numérique et territoriale

- Directeur de la communication d'une collectivité territoriale
- Responsable de communication en entreprise
- Responsable de communication externe et interne
- Responsable de l'information et de la communication
- Responsable de la communication
- Social media manager

► Rythme d'alternance

- De mi-septembre à mi-avril : deux jours de cours (jeudi et vendredi) / trois jours en entreprise (lundi, mardi et mercredi)
- Lorsque l'université est fermée et à partir d'avril, l'apprenti.e est à plein temps dans l'entreprise (sauf quelques journées pour le voyage d'études et pour la préparation du rendu de projet et sa soutenance).

► Dates de la formation et volume horaire

08/09/2025 > 30/09/2026 (490 heures)

Durée : 1 an

UNIVERSITE/ECOLE

► Adresse administrative Composante

Institut Français de Presse

75006 - PARIS



UNIVERSITÉ PARIS
PANTHÉON-ASSAS

► Siège Établissement

Université Paris-Panthéon-Assas

75006 - PARIS



ADMISSION

► Conditions d'admission

Pré-requis :

Les étudiants de l'Université Paris-Panthéon-Assas qui auront validé la 1ère année s'inscrivent de plein droit en 2e année de la mention suivie en 1ère année. Ceux qui souhaitent s'inscrire dans une mention différente de celle validée en 1ère année de master sont soumis à une procédure de transfert-équivalence.

Les candidats titulaires d'un autre diplôme jugé équivalent peuvent également être admis dans cette formation, tout particulièrement pour le parcours Communication, villes et territoires numériques, des Ecoles supérieures d'Art, de design, d'architecture ou issu de filières en urbanisme.

Le master ne se limite pas aux seuls diplômés en sciences de l'information et communication, il accueille des étudiants de formations très variées.

► Modalités de candidature

La sélection des candidats se fait sur :

- Les compétences académiques attestées par les relevés de note ;
- 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.

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

Direction du Master :

- Madame Valérie DEVILLARD

- Madame Cécile MÉADEL

Volume horaire
session -1
année 1



Programme détaillé de la formation

Espaces publics durables	25h
Tourisme et patrimoine	25h
Urbainité numérique	25h
Démocratie dialogique et numérique	25h
Enjeux contemporains de l'écologie	25h
Gestion de projet	25h
Journalisme participatif	25h
Documentaires	25h
Design numérique	25h
Ecritures vidéo	25h
Communication de la ville	25h

Réseaux numériques	25h
Données et Espaces	25h
Projets	125h
Voyage d'études	40h

► Modalités pédagogiques

L'enseignement est adapté à une classe à effectif relativement limité (maximum 30 étudiants). Des pédagogies actives sont mises en oeuvre.

Cela comprend des cours avec fortes interactions, la réalisation de projets, le déroulement de visites et leur compte-rendu, la participation à des séminaires ou conférences.

► Contrôle des connaissances

Le suivi des étudiants se fait uniquement en contrôle continu (pas d'examens, pas de mémoire de fin d'année).

Les étudiants sont évalués:

- sur leur projet collectif ;
- sur des réalisations individuelles dans chaque cours ;
- sur leur participation aux enseignements.

► Diplôme délivré

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

COMPÉTENCES

Le parcours ouvre tout particulièrement aux métiers liés à la communication territoriale : dans les collectivités territoriales, chez les opérateurs (de l'eau, des transports, des équipements, etc.) ou les délégataires de service public, dans les entreprises ou institutions ayant une dimension territoriale forte.

- 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

► Maîtriser les savoirs fondamentaux de la communication

- Connaître les apports principaux de la littérature, être capable d'en avoir une lecture analytique et critique.
- Mener à bien les activités de veille du domaine de compétence.
- Avoir une vision stratégique de la communication.

► Comprendre les problématiques de la communication territoriale

- Connaître les fondamentaux de la communication territoriale.
- Savoir écouter les attentes des citoyens, des usagers, des consommateurs.
- Comprendre les problématiques auxquelles sont confrontés les acteurs de la communication territoriale.

► Accompagner ou susciter le changement

- Etre en capacité de concevoir et de mener à bien un projet.
- Travailler de manière efficace en équipe projet.
- Avoir une bonne autonomie de travail et une bonne organisation.

► Développer des compétences techniques

- Montrer une bonne capacité rédactionnelle.
- Avoir une bonne connaissance des outils de communication visuelle (vidéo).