

Master | Contrat d'apprentissage |
RNCP 38208

Master 2 Information Communication - Parcours Média, Publics et Cultures Numériques (M2_MEDIAPUB)

PRÉSENTATION

► Présentation de la formation

Le Master 2 Médias, Publics et Cultures Numériques propose une formation de haut niveau axée sur l'analyse des publics des médias, la programmation et l'édition de produits médiatiques. Il vise à articuler de manière étroite les enseignements théoriques et méthodologiques avec la mise en pratique concrète des savoirs, notamment par le biais de l'apprentissage, permettant ainsi aux étudiants d'acquérir une expérience professionnelle significative en parallèle de leur parcours universitaire.

Cette formation bénéficie du parrainage de trois acteurs majeurs de la mesure d'audience en France - Affimétrie, AudiPresse et Médiamétrie - et s'inscrit dans un dialogue constant avec le monde professionnel. Les enseignements sont conçus en concertation avec des spécialistes du secteur des médias, dont certains interviennent directement dans les modules proposés. De plus, le Master entretient des liens solides avec de nombreuses entreprises et institutions qui accueillent régulièrement des apprentis, telles que l'AFP, Radio France, Canal+, TF1, M6, France Télévisions, Médiamétrie, Havas Médias, Orange, IBM, la SNCF, Areva, Suez, Lagardère ou encore Paris Match.

L'objectif principal du Master est de renforcer l'articulation entre une formation universitaire d'excellence et une formation professionnelle ancrée dans les réalités du terrain. Il s'agit de fournir aux étudiants les outils théoriques, méthodologiques et pratiques nécessaires pour analyser les transformations des cultures numériques émergentes, en saisissant les enjeux sociaux, économiques et technologiques qui les accompagnent.

La pédagogie adoptée repose sur une complémentarité entre les cours théoriques et les enseignements appliqués, et valorise l'apprentissage par projet à travers la réalisation de travaux collectifs encadrés dans le cadre de Masterclass. Ce dispositif permet aux étudiants de développer à la fois leur réflexion critique et leurs compétences opérationnelles, dans une logique professionnalisante et innovante.

► Objectifs de la formation

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

- Conduire une réflexion stratégique en communication globale en s'appuyant sur des processus

rigoureux

- Piloter et déployer un plan d'actions de communication en mobilisant des outils et des ressources adaptés
- Analyser les forces, faiblesses, ressources et environnements d'une organisation pour orienter les choix stratégiques
- Assurer une veille active sur l'évolution de la recherche et de la réglementation afin de maintenir à jour leurs connaissances

► Métiers visés

Les compétences acquises en fin de formation s'appliquent à une grande variété de structures : instituts d'enquête, agences de conseil, médias, groupes de communication, institutions publiques ou encore entreprises du secteur culturel.

Quelques débouchés professionnels :

- Chargé d'études au sein des instituts d'enquête par sondage et des entreprises de conseil en communication
- Ingénieur d'études ou chargé d'études dans les groupes de communication privés ; dans les départements d'études et de recherche d'institutions publiques ou para-publiques des secteurs de la culture et de la communication
- Analyste des médias dans les bureaux de consultants en communication
- Programmateur dans les chaînes de radio et de télévision
- Chargé d'études Médias et Marketing

► Rythme d'alternance

Présence en entreprise:

- Premier semestre : lundi, mardi, mercredi
- Second semestre : lundi, mardi, mercredi

Présence à l'Université:

- Premier semestre : jeudi, vendredi
- Second semestre: jeudi, vendredi

► Dates de la formation et volume horaire

08/09/2025 > 30/09/2026 (450 heures)

Durée : 1 an

UNIVERSITE/ECOLE

► Adresse administrative Composante

Institut Français de Presse



UNIVERSITÉ PARIS
PANTHÉON-ASSAS

75006 - PARIS



► Siège Établissement

Université Paris-Panthéon-Assas

75006 - PARIS



ADMISSION

► Conditions d'admission

Pré-requis :

Le diplôme est ouvert aux titulaires de la première année de master en information et communication, en sciences humaines et sociales, sciences économiques ou juridiques ayant déjà acquis des connaissances du monde des médias écrits, audiovisuels numériques ou justifiant d'une expérience en la matière.

Une attention particulière est portée à l'adéquation de la formation antérieure avec le contenu du master, à l'acquisition d'un niveau de connaissances suffisant en rapport avec l'approfondissement proposé par le master et à la qualité académique de la formation reçue et des résultats obtenus.

► Modalités de candidature

Pour les étudiants de l'Université Paris-Panthéon-Assas ayant validé une première année de master du domaine et de la mention à laquelle le parcours du master 2 est rattaché : l'admission en seconde année de master est de fait et l'inscription administrative et pédagogique s'effectue auprès du service de scolarité de l'université.

Les étudiants d'autres établissements qui justifient de diplômes ou titres permettant l'accès à la 2e année de master sont soumis à une procédure de transfert-équivalence.

Les étudiants, quelle que soit leur nationalité, titulaires de diplômes étrangers sont soumis à une procédure de transfert-équivalence (le dossier doit comporter les documents relatifs à leur cursus accompagnés, dans le cas où la langue du pays ne serait pas le français, de la traduction en français par un traducteur assermenté). En cas d'admission, le dossier est soumis à la Direction de l'action internationale en vue de la reconnaissance des diplômes et titres présentés.

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.



► Vos contacts « École/Université »

ROMERO Daniel

Daniel.ALZATE-ROMERO@assas-universite.fr

01 44 41 57 98

PROGRAMME

► Code RNCP 38208

► Direction et équipe pédagogique

Fiona Belier - Spécialiste des formats TV & digital

Emmanuel Bloch - Directeur de l'Information Stratégique, Thales

Manuel Da Cunha - Maître de Conférences, Université Catholique Portugaise - Braga (UCP-Braga),
Coordinateur du Master en Communication Digitale

Valérie Devillard - Professeure des Universités, Université Paris-Panthéon-Assas

Laurent Florès - Maître de Conférences, Université Paris-Panthéon-Assas

Quentin Gilliotte - Chaire de Professeur Junior

Agnès Granchet - Maître de Conférences, Université Paris-Panthéon-Assas

Cécile Méadel - Professeure des Universités, Université Paris-Panthéon-Assas

Cristian Montforte - Chercheur, Université Paris-Panthéon-Assas

Thomas Scohy - Auteur / Réalisateur / Producteur

Virginie Sonet - Maître de Conférences, Université Paris Nanterre

Claire Wrobel - Maître de Conférences, Université Paris-Panthéon-Assas

Volume horaire
session -1
année 1

Programme détaillé de la formation

| | |
|--|-----|
| Pratiques des médias numériques | 25h |
| Atelier pratique : réseaux sociaux | 15h |
| Initiation aux statistiques et à la fouille de données | 20h |
| Mesures de l'opinion et des publics | 20h |
| Atelier pratique : programmation audiovisuelle | 20h |
| Techniques qualitatives d'enquête | 25h |
| Atelier pratique: mener l'enquête | 20h |
| Analyse sémiotique des publics | 25h |
| Production audiovisuelle | 25h |
| Atelier de production audiovisuelle | 15h |
| Economie du numérique | 20h |
| Web marketing | 20h |

| | |
|--|-----|
| Atelier pratique : propriété intellectuelle et environnement numérique | 20h |
| Séminaire Les publics des médias | 50h |
| Cours d'anglais spécialisé | 25h |
| Tutorat | 50h |
| Voyage d'études | 40h |
| Séminaire d'emploi | 15h |

► Modalités pédagogiques

- Cours théoriques et méthodologiques
- Séminaires de recherche
- Ateliers pratiques
- Études de cas
- Projets collectifs

► Contrôle des connaissances

Validations par contrôle continu.

Le mémoire professionnel pour les étudiants du parcours professionnel fait l'objet d'un rapport écrit et d'une soutenance, sur 100 points ; une note inférieure à 60 points à l'épreuve du mémoire est éliminatoire.

► Diplôme délivré

Diplôme de Master. Domaine Sciences humaines et sociales ; Mention Information communication ; Parcours Médias et Mondialisation.

Diplôme national de niveau 7 du Ministère de l'Enseignement supérieur, de la Recherche et de l'Innovation, délivré par l'Université Paris 2 Panthéon-Assas.

COMPÉTENCES

Les étudiants viennent souvent parachever leur cursus au sein du M2 Médias, publics et cultures

numériques en raison de sa spécialisation très approfondie dans les études des publics et de leurs usages médiatiques et numériques, ce qui constitue sa caractéristique essentielle.

- 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
- Participation aux processus d'audit stratégique

► Communication internationale

- Communication internationale et interculturelle. Relations publiques.
- Stratégie de communication.
- Conception et coordination d'un événement (avec maîtrise des aspects "édition", "programmation", "communication", "création", "relations presse et partenariats").

► Création de contenus

- Gestion de projet.
- Conception de contenus multimédias.
- Ecriture de scripts. Réalisation vidéo.
- Approche des techniques de montage ;
- Journalisme.

► Etudes

- Réalisation d'enquêtes de terrain (entretiens, carnets de bord).
- Analyse de l'expérience audiovisuelle des consommateurs.
- Médiaplanning.

► Communication spécialisée pour le transfert de connaissances

- Identifier, sélectionner et analyser avec esprit critique diverses ressources spécialisées pour documenter un sujet et synthétiser ces données en vue de leur exploitation
- Communiquer à des fins de formation ou de transfert de connaissances, par oral et par écrit, en français et dans au moins une langue étrangère