

Master | Contrat d'apprentissage |
RNCP 38208

Master 2 Information Communication - Parcours Médias et Mondialisation (M2_MM)

PRÉSENTATION

► Présentation de la formation

Conçus en lien étroit avec des ONG, des entreprises et médias internationaux, les enseignements du Master 2 Médias et Mondialisation (niveau bac +5) ont pour objet les enjeux sociaux, économiques, politiques et culturels, liés aux processus d'internationalisation des médias.

Les enseignements sont dispensés par des enseignants-chercheurs de l'IFP et par des intervenants professionnels extérieurs, permettant ainsi d'allier l'acquisition de méthodes et savoirs académiques à celle d'outils d'analyse et de prospection professionnels.

► Objectifs de la formation

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

- Conduire une réflexion stratégique en communication globale
- Piloter et déployer un plan d'actions de communication en mobilisant les outils adaptés
- Évaluer les forces, faiblesses et ressources d'une organisation afin de définir des objectifs atteignables
- Assurer une veille sur la recherche et la réglementation dans le domaine de la communication
- Gérer des situations de crise institutionnelle ou de marque
- Produire et superviser des supports écrits, visuels, audiovisuels et multimédias pour mettre en oeuvre les stratégies de communication

► Métiers visés

Les étudiants diplômés se destinent à intégrer les services internationaux des médias ou le service de la communication / des relations publiques des entreprises, organismes internationaux et ONG.

- Chargé de communication au sein d'une entreprise
- Concepteur de stratégies de communication (applications web ou mobiles, planning stratégique)
- Spécialiste de stratégies de communication sur médias sociaux
- Consultant en communication
- Journaliste.

► Rythme d'alternance

Présence en entreprise :

1er semestre : mercredi, jeudi, vendredi

2nd semestre : lundi, mercredi, jeudi, vendredi

Présence à l'Université :

1er semestre : lundi, mardi

2nd semestre : mardi

► Dates de la formation et volume horaire

08/09/2025 > 30/09/2026 (430 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 :

Le diplôme est ouvert aux titulaires d'une 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 2 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.



PROGRAMME

► Code RNCP 38208

► Direction et équipe pédagogique

Module 1 : Les cadres de la mondialisation

Géopolitique des médias et d'Internet (Tristan Mattelart, Pr. des Universités, Paris 2 Panthéon-Assas)

Communication publicitaire et juridique en Europe (Mme Rhea Edde, Responsable Communication et Marketing (cabinet d'avocats d'affaires) ; M. Charles Dekerle (Havas Paris, Directeur Associé, Planneur Stratégique).

Théories de l'internationalisation des médias (Tristan Mattelart, Pr. des Université, Paris 2 Panthéon-Assas)

Marchés de programmes dans le monde (Mathieu Béjot, Directeur du développement et de la stratégie Sunny Side of the Doc)

Médias, justice et politique (Fabrice D'Almeida, Pr. des Université, Paris 2 Panthéon-Assas)

Module 2 : Les médias et la communication dans la vie internationale

Information, cultures et conflits (Marguerite Borelli, Assistante de recherche du Directeur scientifique IRSEM, Ministère de la Défense, Doctorante contractuelle Paris 2 Panthéon-Assas)

Communication internationale (Emmanuel Bloch, Directeur de l'Information Stratégique Thales)

Stratégies mondiales des entreprises médiatiques (Mathieu Gallet, Président Fondateur Majelan ; Marie-Christine Saragosse, présidente-directrice générale de France Médias Monde ; Pascal Rogard , président de la SACD ; Jean Gonié Directeur Europe Public Policy Snapchat ; Arnaud Roland, Conseiller technique au cabinet de la ministre de la Culture)

Techniques d'influence et de renseignement (Arnaud Mércier, Pr. des Université, Paris 2 Panthéon-Assas)

Médias, minorités et société civile (Valérie Devillard, Pr. des Université, Paris 2 Panthéon-Assas)

Media and International Management (Fanny Domenec, Maître de conférences en anglais économique et financier, Paris 2 Panthéon-Assas)

Module 3 : Mémoire professionnel thématique

Médias et relations internationales

Médias et mobilisations internationales

Médias numériques et réseaux sociaux

Module 4: Ateliers prof.

Usages des logiciels et Production audiovisuelle

Volume horaire
session -1
année 1



Programme détaillé de la formation

Géopolitique des médias et d'Internet

Communication publicitaire et juridique en Europe
(professionnalisant)

Théories de l'internationalisation des médias

Marchés de programmes dans le monde

Medias, justice, politique

Information, cultures et conflits

Communication internationale (professionnalisant)

Stratégies mondiales des entreprises médiatiques
(professionnalisant)

Techniques d'influence et de renseignement
(professionnalisant)

Médias, minorités et société civile
(professionnalisant)

Media and International Management (cours en anglais spécialisé)

Mémoire professionnel thématique

Médias et relations internationales/Médias et mobilisations internationales/Médias numériques

Ateliers professionnels

► Modalités pédagogiques

La formation se déroule sur 12 mois.

Les séminaires de recherche et le tutorat de l'apprentissage permettent un encadrement rapproché et individuel de chaque étudiant. Lors des séances en groupe et des rendez-vous individuels, les étudiants sont suivis pour l'évolution de leur projet de recherche et leur mémoire de Master mais peuvent également bénéficier de conseils de la part de leurs enseignants s'ils rencontrent des difficultés dans le suivi de la formation. Un coaching est mis en place afin que les étudiants préparent au mieux leur entrée sur le marché du travail. Il consiste en quatre rencontres personnalisées annuelles et dans la préparation de document de présentation pour les employeurs (notamment CV numériques, book et présentation individuelle des savoir-faire).

► Contrôle des connaissances

L'évaluation est organisée en contrôle continu.

Les mémoires sont soutenus devant un jury de deux enseignants et sont parfois complétés par le tuteur de stage ou d'apprentissage des étudiants.

► 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 et de la Recherche, délivré par l'Université Paris 2 Panthéon-Assas.

COMPÉTENCES

Les étudiants se destinent à intégrer les services internationaux des médias ou le service de la

communication, voire de relations publiques des entreprises, organismes internationaux et ONG. Les diplômés sont des candidats recherchés par les entreprises qui travaillent à l'export et par les services de relations publiques et d'information qui traitent de presse internationale. Les postes de chef de projets de communication ou de journalistes sont des débouchés fréquents pour eux. En filière recherche, les étudiants peuvent également poursuivre en Doctorat. Le nombre des candidats faisant ce choix s'est réduit ces dernières années mais, notamment les étudiants étrangers, apprécient cette possibilité. Plusieurs occupent désormais des postes d'enseignants chercheurs dans leur pays d'origine.

► Communication internationale

- Recueil et vérification d'informations nécessaires dans la conduite d'une stratégie de communication de gestion de crise.
- Conception de stratégies de communication dans le cadre d'organisations internationales.
- Conception de contenu de communication interne et externe d'organisations d'envergure internationale.

► Compétences transversales

- Maîtrise et conception de dispositifs d'enquête qualitatifs et quantitatifs.
- Aptitude à analyser des articles scientifiques, à formuler une question de recherche, à mettre en oeuvre une méthodologie d'étude.
- Aptitude à organiser une stratégie de communication externe ou interne.

► Usages avancés et spécialisés des outils numériques

- Identifier les usages numériques et les impacts de leur évolution sur le ou les domaines concernés par la mention
- Se servir de façon autonome des outils numériques avancés pour un ou plusieurs métiers ou secteurs de recherche du domaine

► Développement et intégration de savoirs hautement spécialisés

- Mobiliser des savoirs hautement spécialisés, dont certains sont à l'avant-garde du savoir dans un domaine de travail ou d'études, comme base d'une pensée originale
- Développer une conscience critique des savoirs dans un domaine et/ou à l'interface de plusieurs domaines
- Résoudre des problèmes pour développer de nouveaux savoirs et de nouvelles procédures et intégrer les savoirs de différents domaines