Communication - Médias

mis à jour le 17/07/2024

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

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

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 une 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 Université, 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

Programme détaillé de la formation	Volume horaire session - 1 année 1
Géopolitique des médias et d'Internet	25h
Communication publicitaire et juridique en Europe (professionnalisant)	25h
Théories de l'internationalisation des médias	25h
Marchés de programmes dans le monde	25h
Medias, justice, politique XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX	25h
Information, cultures et conflits	25h
NULL	
Communication internationale (professionnalisant)	25h
Stratégies mondiales des entreprises médiatiques (professionnalisant)	25h
Techniques d'influence et de renseignement (professionnalisant)	25h
Médias, minorités et société civile (professionnalisant)	25h
Media and International Management (cours en anglais spécialisé)	25h

Mémoire professionnel thématique	30h
NULL	
Séminaire emploi	25h
Production audiovisuelle et multimédia	25h
Encadrement pour l'apprentissage	50h
Usages des logiciels professionnels	25h

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

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