Sociologie - Géographie - Histoire

mis à jour le 09/07/2024

Master | Contrat d'apprentissage | Contrat de professionnalisation |
RNCP 39691

Master Sociologie Parcours Chargé d'Etudes en Sociologie Appliquée : Consommation et Communication Médias (M_CESSA)

PRÉSENTATION

Présentation de la formation

Le Master Sociologie, parcours Chargé d'Etudes en Sociologie Appliquée : Consommation et Communication Médias (M_CESSA) est un master en sociologie appliquée, labélisé par la fédération professionnelle du SYNTEC, formant, en alternance (apprentissage, contrat de professionnalisation) aux métiers des études, de l'expertise et du conseil dans quatre domaines en particulier : la culture, la communication, la consommation, les médias, le numérique
Il s'appuie sur des enseignements méthodologiques et techniques (enquêtes qualitatives et quantitatives), sur des enseignements théoriques (sociologie de la modernité, des individus, de la consommation, de la culture, des jeunes, de la famille etc) et sur des expertises professionnelles (Marketing, Digital, planning stratégique, communication, RSE, etc...).
Ces enseignements divers et variés visent d'une part à développer la curiosité intellectuelle et l'esprit critique et d'autre part à savoir analyser les données en cherchant à leur donner du sens au regard de la société contemporaine (son imaginaire, ses contraintes et injonctions) de ses représentations, des pratiques et sensibilités des individus.
Il a reçu de nombreux trophées SYNTEC consacrant les mémoires des étudiants sur des sujets divers et variés allant de l'usage des casques audio, à la crème de soin féminine, de Twitter à la réception de la TV par les jeunes, au JT regardé de 7 à 77 ans, à l'attachement des jeunes adultes pour leur peluche, aux motivations des naturistes, à la vie des cinquantenaires, au covoiturage. Autant de mémoires centrés sur la vie quotidienne des individus dans la société hypermoderne et qui ont donné lieu à une journée d'étude et un ouvrage co-écrit avec les étudiants : "Nos vies, Nos objets".

Objectifs de la formation

À l'issue de la formation, les apprenants seront capables de :
- Construire une problématique sociologique à partir d'un sujet, de faits, d'observations, d'un problème social ou d'une commande publique/privée
- Concevoir et conduire une enquête qualitative et/ou quantitative, en mobilisant des méthodes variées de recueil et d'analyse de données, et en les adaptant aux contextes d'enquête et aux objectifs de recherche, de diagnostic ou d'intervention
- Mobiliser les connaissances et problématiques des sciences sociales en développant une posture réflexive et en prenant de la distance avec le sens commun
- Développer un raisonnement sociologique rigoureux, articulé à une analyse fine des publics, des

représentations, des pratiques et émotions sociales
- Utiliser les techniques du marketing, du digital, de la communication, du planning stratégique, ainsi que les principes de la responsabilité sociétale des entreprises (RSE)
- Communiquer avec clarté et efficacité en français et en anglais, à l'oral comme à l'écrit, avec ou sans support
- Utiliser l'intelligence artificielle de manière critique, en maintenant la maîtrise du travail intellectuel et méthodologique requis

Métiers visés

Métiers des études et du conseil :
- Métiers autour de la réalisation de la prestation :Chargé(e) d'études qualitatives, Chargé(e) d'études quantitatives, Chargé (e) d'études statistiques, Chargé(e) de mission, Planneur (se) Stratégique, Chargé (e) de recherche, Community manager, Data Analyst, Chargé(e) de codification
- Métiers autour du soutien de la prestation :Assistant de Communication, Chef de projet, Digital, Data scientist
- Métiers autour du pilotage de la prestation :Chargé de terrain, Chef de groupe, Consultant en communication

Rythme d'alternance

Lundi/mardi/mercredi en entreprise et jeudi/vendredi en cours à l'université

Dates de la formation et volume horaire

1 ère année : 03/09/2025 > 31/08/2027 (500 heures)
2 ème année : 03/09/2025 > 01/09/2026 (500 heures)
Durée : 2 ans
Nombre d'heures : 1000h

UNIVERSITE/ECOLE

Adresse administrative Composante

Faculté des Sociétés et Humanités - UPC

85, boulevard Saint-Germain

75006 - PARIS

Journées Portes ouvertes

De février à mars tous les ans : https://jpo.u-paris.fr/□□□□

Siège Établissement

Université Paris Cité

85, boulevard Saint-Germain

75006 - PARIS

ADMISSION

Conditions d'admission

Pré-requis :

En deçà de l'acquisition des diplômes et des bons résultats, les prérequis pour entrer dans ce master sont fondés sur le savoir , le savoir-faire, mais aussi le savoir-être. A noter dans ce master : il faut aimer lire et écrire. Ne pas être rebuté par les chiffres. Maitriser le français et l'anglais. Être curieux, motivé, engagé, agile. Avoir l'esprit corporate. Aimer travailler seul et en groupe. Avoir surtout envie d'apprendre, de découvrir, de déconstruire, reconstruire.
Être curieux, interroger les évidences, savoir observer, remettre en cause ses idées, être ouvert aux critiques.
Aimer faire des recherches de données, suivre l'actualité etc.
Être capable de s'adapter, d'être flexible, savoir s'organiser.

Année 1 :

Le dépôt d'une candidature est ouvert à tous les titulaires français ou européens d'une licence ou autre BAC+3 ou d'un titre équivalent. Pour les étudiants étrangers, niveau de français requis C1.

Public ciblé : tous les titulaires d'une licence ou d'un titre équivalent Bac +3 : sociologie, anthropologie, démographie, psychologie, marketing, communication, publicité, médias, numérique, lettres, économie, sciences politiques, histoire, AES, sciences du langage, médiation culturelle, etc. ou validation d'acquis personnels et professionnels (VAPP D. 23/08/1985)

Année 2 :

Le dépôt d'une candidature est ouvert à tous les titulaires français ou européens d'un Master 1, Master 2 ou d'un titre équivalent. Pour les étudiants étrangers, niveau de français requis C1.

Public ciblé : tous les titulaires d'un M1 ou d'un M2 : sociologie, anthropologie, philosophie, démographie, marketing, communication, publicité, économie, sciences politiques, lettre, histoire, AES, sciences du langage, médiation culturelle etc. ou validation d'acquis personnels et professionnels (VAPP D. 23/08/1985)

Modalités de candidature

Les modalités des candidatures et des admissions pour le master CESSA se font en deux phases :
Phase 1 : examen des dossiers
Dossier de candidatures
Lettre de motivation (document obligatoire)
Curriculum vitae complet (document obligatoire)
Photocopie des relevés de notes bac et post bac (document obligatoire)
Autres : Fiche candidature CESSA (document obligatoire)
Phase 2 : après l'avis de la commission pédagogique entretien avec des professionnels des métiers des études et du conseil
Période des candidatures : entre mars et avril
Période des entretiens avril/mai selon le calendrier TMM

CONTACTS

Vos référents FORMASUP PARIS IDF

Stéphanie SILVESTRE

contact@formasup-paris.com

Laëtitia CHIODI

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

Vos contacts « École/Université »

SILVA Alma

alma.silva@u-paris.fr
01 76 53 36 37

PROGRAMME

Code RNCP 39691

Direction et équipe pédagogique

Responsables de la formation du master CESSA à l'UPC :

Valérie SACRISTE, enseignant-chercheur, directrice de la formation
Pascale ZOBEC, professionnel des études, responsable de l'apprentissage et relations entreprises

Conseil pédagogique du master CESSA à l'UPC :

Amandine MESSINA : directrice d'études et conseil, intervenante
Karim VINGANTE : data analyste, intervenant et tuteur
Thomas SKORUCAK : directeur d'études, intervenant
Eric LETONTURIER : enseignant-chercheur, intervenant
Alma SILVA : responsable administrative
Pascale ZOBEC : professionnel des études, intervenant
Valérie SACRISTE : enseignant-chercheur, intervenant

Contenus des enseignements

Les enseignements sont organisés selon sept grands axes qui correspondent à 7 UE que l'on retrouve en M1 et M2 :

Information et intégration
Techniques d'enquêtes et d'analyses en sciences sociales appliquées
Théories et perspectives en sciences sociales
Expertise en études et conseils
Langue et langage
Expertise professionnelle
Mémoire (M2)

Programme détaillé de la formation	Volume horaire session - 1 année 1	Volume horaire session - 1 année 2
Techniques d'enquêtes et d'analyses en sciences sociales appliquées	177h	140h
Théories et perspectives en sciences sociales	133h	127h
Expertise en études et conseils	139h	92h
Langue et langage (et TOEIC)	24h	36h
Expertisse en études et conseil	20h	30h
Infos et intégration	7h	7h
Mémoire		44h
Soutenance/compétence		21h
Epreuves finales		3h

Modalités pédagogiques

Pédagogie encadrée et active en effectifs restreints. Enseignements effectués par des universitaires, des professionnels des études, du consulting, du marketing, de la communication, des médias
Développement d'une réflexion personnelle (auto-analyse, bilan de compétence à chaque semestre)
Réalisation :
- Une enquête qualitative (en M1 et en M2) ;
- Une enquête quantitative (en M1 et en M2) ;
- Des études de cas ou d'expertise : en consommation, en marketing, en statistique, en gestion de projet (en français et en anglais), en communication, en marketing digital, en design thinking, en

sociologies des modernités, de la culture, numérique etc. ;
- Un mémoire de recherche (individuel ou collectif) sur un thème au choix (en M2) ;
- Un rapport professionnel (en M1 et en M2).
Certification : TOEIC
Participation aux actions du Syntec, d'Esomar, au printemps des études.

Contrôle des connaissances

100 % en contrôle continu
Pas de deuxième session
Présence obligatoire aux cours et aux évaluations
Note éliminatoire à une UE : 7/20
Formation à suivre en maximum trois ans, le redoublement n'est pas automatique, il est laissé à l'appréciation du jury.
Pour connaitre le détail des modalités de contrôle des connaissances et compétences, veuillez prendre contact avec le secrétariat pédagogique.
Ce diplôme est éligible au titre de la VAE Décret n° 2002-590 du 24 avril 2002.

Année 1 :
Les évaluations portent sur les compétences devant être acquises pour chaque UE en M1

Année 2 :
Les évaluations portent sur les compétences devant être acquises pour chaque UE en M2

Diplôme délivré

Diplôme national de niveau 7 du Ministère de l'Enseignement supérieur et de la Recherche, délivré par l'Université Paris Cité.

COMPÉTENCES

L'obtention du master permet grâce à sa formation en apprentissage d'accéder très vite au marché de l'emploi en travaillant de nombreux secteurs et environnements de travail.

- Analyse des situations, diagnostic à partir des outils sociologiques et marketing ;
- Identification des freins et des leviers des changements sociaux;
- Elaboration d'un objet d'enquête avec protocole méthodologique, restitutions et préconisations aux décideurs et conclusions scientifiques; retour d'expérience et appropriation collective des résultats;
- Planification de la mise en oeuvre et élaboration du suivi de projets (indicateurs, tableau de bord) en matière (selon les parcours) d'environnement, de discriminations ou autres problématiques sociales et politiques
- Communication des résultats sous divers formes et formats.

Connaissances

- Savoirs méthodologiques : les démarches et techniques d'enquêtes qualitatives et quantitatives, les méthodes informatiques de traitement des données...les procédés de communication et de valorisation de la recherche appliquée.
- Savoirs théoriques : concepts et théories sociales sur la modernité, l'hypermodernité, l'individu, l'identité, le lien social, la consommation, les usages (des objets, des techniques, des médias), la publicité, la culture, la communication politique, les techniques et les usages des sondages.
- Savoirs transversaux : Anglais (oral/écrit), Marketing, Marketing digital, gestion des ressources bibliographiques, sémiologie, analyse médiatique et de discours, initiation au droit des enquêtés, Informatique (Office, Modalisa), techniques de rédaction et d'expression orale, gestion de projets.

Savoir faire

- Diagnostiquer une situation, un marché, des tendances, des pratiques, des comportements
Rédiger et présenter un bulletin de veille
Constituer, gérer, traiter, analyser un ensemble d'informations, de données statistiques, de documents, de références bibliographiques
Élaborer un cahier des charges
- Techniques d'enquête qualitative : Observation ethnographique sur le terrain, observation on line [blog, forum, site], traitement médiatique de l'information, construire un guide d'entretien, des guides d'animation pour les focus groupes, mettre en place des forums, mener des entretiens.
- Techniques d'enquête quantitative : lecture de tableaux, vérification des données, traitement statistique d'analyse secondaire, création de questionnaire off ou on line, apprentissage des différentes méthodologies, utilisation des logiciels (Lime Survey, modalisa, R, maitrise d'Excel).

Savoir être et agir

- Être curieux, imaginatif, ouvert
Travailler de façon autonome
Travailler en groupe
Avoir un esprit de distanciation critique
Avoir une attitude empathique
Être proactif
Exécuter une tâche en respectant les consignes et les délais impartis à sa réalisation
- Prendre une décision en évaluant non pas seulement les moyens aux fins mais aussi les conséquences de ses actions sur les autres, le travail en équipe, la vie en groupe, le master
Respecter les principes de la confidentialité

- S'adapter aux divers mondes professionnels des études
S'engager et s'impliquer dans un projet et notamment en participant activement à la vie et au développement du master.
Avoir un esprit corporate
Savoir télé travailler