

Le parcours Médias (précédemment intitulé Médias et communication) forme des professionnels des médias et de la communication numérique, dont l'expertise médiatique pointue est alliée à des compétences transversales en communication, marketing et ressources humaines.

L'enseignement est consacré aux transformations médiatiques, dans toutes leurs dimensions. Il s'appuie sur une attention permanente aux changements qui surviennent au niveau économique, technique, institutionnel, culturel, ainsi qu'aux changements qui interviennent au niveau des usages et des pratiques professionnelles. Les étudiants se destinent à accompagner l'évolution des médias, soit dans les entreprises de médias (presse, télévision, radio, Internet) soit dans le secteur de la communication numérique (agence de communication, direction de la communication, création d'entreprise innovante).

## MASTER 1

Cette première année de Master permet de développer une connaissance approfondie des médias et de la communication numérique (analyse sémiotique, compréhension et analyse critique des transformations sociologiques, économiques et techniques), d'appréhender les métiers de la communication en rapport avec les médias et enfin d'acquérir les méthodes d'analyse et les principaux outils nécessaires à la mise en œuvre d'une expertise professionnelle.

### ENTRÉE

Être titulaire de la Licence Information et communication du CELSA

Pas de concours d'entrée en Master 1

### ORGANISATION DES ÉTUDES

Cours de septembre à fin janvier  
 360 h, 60 crédits ECTS, 4 unités d'enseignement

Stage, séjour d'étude à l'étranger de 3 à 6 mois ou semestre d'études au Centre Michel-Serres ou à l'ENSCI

#### → EXEMPLES DE STAGES

##### Entreprises :

Hachette Filipacchi Associés – TF1 – Axa France – Festival de Cannes – Groupe Danone – Les Échos – Alchimia communication

##### Fonctions/missions :

Assistant de production – Community manager – Chargé de développement junior – Assistant chef de projet événementiel – Assistant public manager

**DU** (diplôme universitaire) « Sociétés, cultures et pratiques professionnelles » : possibilité d'une année à l'étranger (entreprise ou université) avant ou après le Master 2.

**Année de césure** : possibilité de réaliser un projet ou de vivre une nouvelle expérience en France ou à l'étranger, avant le Master 2.

## MASTER 2

Cette dernière année de formation spécialisée développe des compétences professionnelles et l'adaptabilité à long terme. Elle se décline en quatre options.

### ENTRÉE

Être titulaire du Master 1 CELSA ou sélection sur dossier à bac + 4, puis entretien avec un jury.

### ORGANISATION DES ÉTUDES

Cours de septembre à début février  
 400 h, 60 crédits ECTS, 4 unités d'enseignement  
 Stage de 3 à 6 mois

### OPTION

#### MASTER MÉDIAS ET MANAGEMENT

**Objectif** : développer une connaissance approfondie des entreprises de médias : compréhension et analyse critique des transformations techniques, socio-culturelles et économiques des systèmes médiatiques français. Il s'agit d'acquérir les connaissances théoriques et méthodologiques transversales nécessaires à l'accompagnement et au développement des entreprises de médias, à un niveau stratégique (études, communication, marketing, production éditoriale, programmation...).

**Projet annuel** : *Effeillage*, la revue qui met les médias à nu.

#### → EXEMPLES DE STAGES

**Entreprises** : Canal + – Le Monde – TF1 – France 2 – Radio France – Monkey Pack Films – M6 – Arte – My Little Paris

**Fonctions/missions** : Chargé de programme – Chargé d'études médias – Assistant de production – Assistant marketing

#### → EXEMPLES DE MÉMOIRES

Médias traditionnels et nouveaux médias, le fantôme de la complémentarité – Le grand reportage à l'épreuve d'internet – Cash investigation : modèle ou exception du paysage audiovisuel français – Circulation et traitement journalistique des images des crimes et d'exécutions commis par DAESH

## MASTER 2 (suite)

### → EXEMPLES DE DÉBOUCHÉS ET MÉTIERS

Participation à la stratégie de développement des entreprises de médias (production, programmation, communication, marketing, management, politiques RH), soit en interne soit dans une agence de conseil spécialisée dans les médias.

### OPTION

#### MASTER MÉDIAS ET NUMÉRIQUE

Objectif : accompagner et anticiper les transformations de la communication sociale et organisationnelle liées au numérique. Développer une connaissance approfondie des médias informatisés par l'analyse critique des systèmes informatiques et des transformations techniques, socioculturelles, économiques, liées aux TIC, afin d'optimiser la stratégie de communication numérique des organisations.

### → EXEMPLES DE STAGES

**Entreprises :** Aldebaran Robotics – Havas Worldwide – Ubisoft world studios – Canal + France – Orange

**Fonctions/missions :** Consultant éditorial junior – Planneur digital junior – Community manager – Chef de projet marketing digital

### → EXEMPLES DE MÉMOIRES

AirBnb et la croyance en une économie collaborative – Le traitement de la mort sur les réseaux sociaux – Le troll numérique, figure de disruption du web participatif

### → EXEMPLES DE DÉBOUCHÉS ET MÉTIERS

Conseil en stratégie numérique, conduite de projets innovants (chef de projet e-marketing, community manager, responsable communication numérique...) pour des agences de conseil, des services numériques d'organisations, des « pure players », des opérateurs mobiles. Création d'entreprise.

### OPTION

#### CELSA-MINES : COMMUNICATION ET TECHNOLOGIE NUMÉRIQUE

En cohabilitation avec l'École des mines d'Alès, ce Master développe une double compétence en communication et en technologies numériques. Les diplômés sont capables d'élaborer une stratégie de communication numérique mais aussi d'encadrer la mise en œuvre technique d'un projet digital. Le public est constitué d'étudiants de formation initiale et continue. Le site d'Alès dispose d'un équipement dédié et d'une équipe pédagogique parfaitement adaptés à l'acquisition de compétences en informatique.

### → EXEMPLES DE STAGES

**Entreprises :** Accor – Yahoo – Nealite – La Netscouade – INA – Louis Vuitton – Bang & Olufsen

**Fonctions/missions :** Chargé de veille et de community management – Assistant chef de projet – Webmaster e-commerce

### → EXEMPLES DE MÉMOIRES

Crowdsourcing : le graphisme peut-il se faire *uberiser* ? – Les applications de *running* sur smartphone : impact sur une pratique sportive – L'utilisation des *serious games* comme outils de valorisation du patrimoine culturel

### → EXEMPLES DE DÉBOUCHÉS ET MÉTIERS

Conseil, conception et conduite de projets numériques (concepteur web, community manager, responsable de la

communication numérique, chef de produit, webmaster...) en agence de conseil, entreprise de production de contenus, service numérique d'entreprise ou d'institution, « pure player »...

Les intitulés de postes sont apparemment proches pour les diplômés CELSA-Mines et Médias et numérique mais les compétences se distinguent : les premiers acquièrent plus de savoir-faire techniques, les deuxièmes plus de connaissances sur les usages et les imaginaires des technologies numériques.

### OPTION EN APPRENTISSAGE

#### MASTER MÉDIAS, INNOVATION ET CRÉATION

Objectif : accompagner le développement des innovations dans le champ de la communication et des médias : stratégies de développement de contenus, création de nouveaux formats, ateliers de production. Cette option croise une triple spécialisation sur les entreprises de médias, la communication numérique et la créativité.

### → EXEMPLES DE MISSIONS D'APPRENTISSAGE

**Entreprises :** BETC Digital – L'Oréal – France télévisions – Glénat édition – Chanel – La fabrique des formats – Publicis Modem (Nurun)

**Fonctions/missions :** Assistant chef de produit – Chargé de produit offline/online – Assistant consultant social media

### → EXEMPLES DE MÉMOIRES

Book tube, un genre médiatique de critique amateur – Le troll numérique, figure de disruption du web participatif – L'invisibilisation du travail des internautes. une lecture critique de la notion de digital labor

### → EXEMPLES DE DÉBOUCHÉS ET MÉTIERS

Chargé des stratégies de médias sociaux – Webdocumentariste – Responsable des programmes – Consultant spécialisé médias

## RESPONSABLES DE FORMATION

### Enseignants-chercheurs :

Denis Ruellan, professeur des universités

Jacqueline CHERVIN, maître de conférences

Valérie PATRIN-LECLÈRE, maître de conférences

Pauline CHASSERAY-PERALDI, attachée temporaire d'enseignement et de recherche du responsable département

### Enseignants associés :

Antoine BOILLEY, maître de conférences associé, directeur exécutif de France 2

Marc GONNET, maître de conférences associé, directeur général et cofondateur de DELIGHT

### Coordinatrices administratives et pédagogiques :

Céline LECLAIRE et Sibylle MONLOUIS

## VIE ÉTUDIANTE ET ASSOCIATIVE

**Bureau des élèves :** activités culturelles, humanitaires et sportives (L'Entracte, troupe de théâtre ; FastNCurious, newsletter sur les problématiques de la communication ; CELSA Huma, association caritative ; CELSA Voile...)

**Junior entreprise :** nombreuses missions dans tous les domaines de l'information et de la communication

LES PROGRAMMES DÉTAILLÉS SONT DISPONIBLES SUR LE SITE INTERNET [WWW.CELSA.FR](http://WWW.CELSA.FR)