

Le parcours Médias forme des professionnels des médias et de la communication numérique, dont l'expertise médiatique pointue est allée 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 trois 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

2 OPTIONS AVEC TRONC COMMUN

> MASTER MÉDIAS, STRATÉGIES 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.

> MASTER MÉDIAS, STRATÉGIES 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 : Ubisoft – Arte, Orange – Publicis – BpiFrance, Salto – Nintendo – Les Petits Frères des Pauvres – Hermès...

Fonctions/missions : Consultant en médias sociaux – Assistant de production – Chef de projet influence et social media – Assistant animation éditoriale – Chargé de communication et projets digitaux...

→ EXEMPLES DE MÉMOIRES

Énonciation fragmentée et récit fragmentaire. Le cas du thread narratif

Représentations et légitimation de l'éco-conception appliquée aux services numériques : le cas des agences de communication Pikelkraft et Digital Green

La médiatisation des violences policières. La circulation intersystémique de l'information entre les réseaux socio-numériques et les médias traditionnels dans un contexte de mobilisation sociale

→ 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 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 : France télévisions – Chanel – La fabrique des formats – Groupe Canal+ – The Walt Disney Company – Radio France – Publicis – Havas

Fonctions/missions : Assistant chef de produit – Chargé de produit offline/online – Assistant consultant social media – Chargé de communication digitale – Chef de projet événement

→ EXEMPLES DE MÉMOIRES

Book tube, un genre médiatique de critique amateur

Le générique de série télévisée, un rituel médiatique

La parodie « Le Flambeau », « les aventuriers de Chupacabra ».

Analyse d'un genre audiovisuel

Narration et interaction dans le jeu vidéo

→ EXEMPLES DE DÉBOUCHÉS ET MÉTIERS

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

RESPONSABLES DE FORMATION

Enseignants-chercheurs :

Virginie JULLIARD, professeure des universités

Emmanuelle FANTIN, maîtresse de conférences

Thierry DEVARS, maître de conférences

Camille RONDOT, maîtresse de conférences

Laurène RENAUT, attachée temporaire d'enseignement et de recherche

Enseignants associés :

Antoine BOILLEY, professeur associé, directeur adjoint du marketing et de la communication de France Télévisions

Steven CLERIMA, maître de conférences associé, producteur free-lance

Coordinatrices administratives et pédagogiques :

Sylvie GESSON et Emeline DESBOIS

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...)

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