

MASTER

Information - Communication : Écosystèmes médiatiques et transition numérique

Ce master forme les futurs professionnels des médias, spécialistes des stratégies de communication et d'information. Il est structuré autour de trois axes permettant de développer des compétences transversales : analyse et décryptage des écosystèmes médiatiques, élaboration de stratégies de communication transmédiatiques, création de contenus et de formats innovants. La formation propose une double approche : analytique, combinant des cours théoriques et la réalisation d'un mémoire de recherche ; et pratique, avec la réalisation de projets, des rencontres avec des professionnels et deux stages en entreprise. La formation repose sur une progression cohérente et continue dans l'acquisition des compétences.

Domaine :

Arts, Lettres, Langues

Mention :

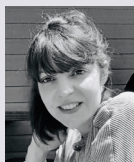
Information et communication

Parcours :

Écosystèmes médiatiques et transition numérique

**Direction :****Lucie Raymond**

Docteure et maîtresse de conférences en Sciences de l'Information et de la Communication, Enseignante-chercheuse au sein de l'équipe de recherche « Médias, Images et Technologies », chercheuse associée au GRIPIC (CELSA), spécialiste de la médiatisation des discours politiques.

**Direction :****Bérénice Mariau**

Docteure et Maîtresse de conférences en Sciences de l'Information et de la Communication, chercheuse au sein de l'équipe de recherche « Médias, Images et Technologies », chercheuse associée au GRIPIC (CELSA), spécialiste des dispositifs d'information et de leur mutation.

Objectifs

- Comprendre les écosystèmes médiatiques, leurs fonctionnements et leurs réglementations.
- Penser des stratégies de communication dans des contextes complexes et en perpétuelle évolution.
- Imaginer le futur des médias et de la communication en produisant une grande variété de contenus (promotionnels, fictionnels, informatifs).

Publics concernés

Ce cursus s'adresse à des étudiants titulaires d'une licence en sciences de l'information et de la communication, ou de toutes autres licences ou titres reconnus équivalents (180 crédits ECTS) pouvant attester à la fois de connaissances et de compétences sur la question des médias et de leur fonctionnement.

Compétences acquises

Ce master forme des futurs professionnels des médias capables d'analyser et de décrypter les écosystèmes médiatiques, d'élaborer des stratégies de communication, de créer du contenu médiatiques (textes, visuels, sons, audiovisuels, graphisme) et de s'adapter à de nouveaux formats et modes de communication.

Équipe scientifique

L'équipe scientifique se compose d'enseignants chercheurs de l'ICP ou d'autres universités publiques, ainsi que de professionnels experts de la communication, du numérique et du monde des médias : Arte, Pôle numérique de RTL, Le Monde, Radio France, France Télévision, France 24, les Clés de la presse, Radio-Télévision-Suisse, RMC Découverte, Blast, Voxxe, RCF radio, Frac Champagne-Ardenne, Comédie de Reims.

Débouchés professionnels

- Community manager.
- Social media manager.
- Responsable des études médias.
- Consultant en stratégie médiatique.
- Producteur de contenu multimédia.
- Éditeur de ressources.
- Responsable de communication.
- Éditeur de contenu.
- Chef de projets médias sociaux.

**Les + de la formation**

- Suivi et accompagnement régulier par un directeur de mémoire de recherche.
- Initiation au code informatique, aux techniques de valorisation des ressources produites ainsi que la maîtrise des réseaux sociaux.
- Mise en situation professionnelle à travers une collaboration avec un organisme privé ou public.
- Stage professionnel de 3 à 6 mois chaque année.
- Rencontres avec des professionnels des médias.
- Enseignement en anglais et accès au Pôle Langues.

**L'insertion professionnelle**

Ce master prépare les étudiants à leur insertion professionnelle et participe à la construction de leur projet : formation à la recherche d'emploi, information sur les métiers, rencontres avec des professionnels (journalistes, réalisateurs, graphistes, éditeurs de podcasts, monteurs multimédias, community managers, etc.), stages professionnels obligatoires.

**La vie scientifique**

Les étudiants de master participent pleinement à la vie scientifique de la faculté et de l'ICP en assistant aux événements (Mercredis de la Com, journées d'études, colloques, rencontres, etc.) et en organisant des rencontres avec des experts et professionnels de la communication et des médias.

Enseignements et stages

		Volumes horaires	ECTS
S1 : 30 ECTS			
Connaissance des médias et communication médiatique	Circulation, régulation et modération des contenus médiatiques	18h	3
	Sémiologie des médias	18h	3
	Atelier d'analyse et de décryptage de l'actualité	18h	2
	Marketing des médias	18h	3
Professionnalisation pratique et créative	Les écritures créatives et de fiction	24h	2
	Les écritures médiatiques	24h	2
	Création médiatique : son et podcast	36h	3
	Gestion de projet - apprendre à monter des projets	24h	3
Informatique	Communication visuelle et stratégie digitale	18h	2
	Webdesign et expérience utilisateurs	18h	2
Découverte	Métiers et rencontres avec des professionnels des médias	6h	1
	Learning expeditions : découvrir des institutions	6h	1
	Les médias en langue anglaise (enseignement en anglais)	24h	1
Méthodologie et recherche	Cycle de rencontres et conférences	12h	1
	Atelier de méthodologie de la recherche	12h	1
S2 : 30 ECTS			
Professionnalisation	Atelier d'accompagnement à l'analyse institutionnelle et à l'écriture du rapport de stage	4h	2
	Stage	-	12
Recherche	Séminaire de recherche	4h	4
	Mémoire	-	12
S3 : 30 ECTS			
Connaissance des médias et communication médiatique	Droit des médias et du numérique	18h	3
	Économie des médias et du numérique	18h	3
	Media training : prise de parole dans les médias	18h	2
	Industries culturelles et environnement transmédiatique	18h	3
Professionnalisation pratique et créative	Les écritures multimédias	24h	2
	Traitement et valorisation de l'information	24h	2
	Création médiatique : image et vidéo	36h	3
	Conduite de projet - répondre à une commande	24h	3
Informatique	Code et programmation	18h	2
	Analyse de données et stratégies médiatiques	18h	2
Découverte	Métiers et rencontres avec des professionnels des médias	6h	1
	Learning expeditions : découvrir des institutions	6h	1
	Les médias en langue anglaise (enseignement en anglais)	24h	1
Méthodologie et recherche	Cycle de rencontres et conférences	12h	1
	Construction de son projet professionnel	12h	1
S4 : 30 ECTS			
Professionnalisation	Atelier d'accompagnement à l'analyse institutionnelle et à l'écriture du rapport de stage	1h	2
	Stage	-	12
Recherche	Séminaire de recherche	2h	4
	Mémoire	-	12



Faculté :

Faculté des Lettres

Stages

- M1 3 à 6 mois au S2.
- M2 3 à 6 mois au S4.



Admission

(sur décision de la commission d'admission)

Candidature sur la plateforme monmaster.gouv

M1 : sur dossier et entretien.

M2 : sur dossier et entretien (admission parallèle sur www.icp.fr).



Validation

120 crédits ECTS pour les deux années de master (30 crédits ECTS par semestre). Une attestation de résultat est émise en M1, le diplôme de master est délivré à l'issue du M2.



Contacts

Courriel : lettres@icp.fr



Diplôme Master



Frais de scolarité 2024 - 2025

De 2 620 € à 5 540 € par an.

L'ICP adapte ses tarifs aux situations et ressources de chacun.

1 - Connaissance des médias et communication médiatique

Chaque semestre l'étudiant suit des enseignements pour acquérir des connaissances générales et spécifiques du domaine des médias (fonctionnement médiatique contemporain, sémiologie des médias, actualité, marketing digital, droit et économie des médias et du numérique, etc.).

2 - Professionnalisation pratique et créative, informatique et découverte

Il est accompagné dans sa professionnalisation par le biais d'ateliers pratiques (écriture, création médiatique, stratégies de communication, code, programmation...) et de gestion de projets.

3 - Méthodologie et recherche

Tout au long du cursus, l'étudiant est guidé dans la construction du mémoire de recherche en lien avec son directeur de recherche. Il est également accompagné dans sa professionnalisation à travers un séminaire de recherche ou des rencontres avec des professionnels.

4 - Professionnalisation

Chaque année il doit effectuer 3 à 6 mois de stage entre janvier et juin au sein du secteur de l'information ou de la communication.