

MASTER PROFESSIONNEL MÉDIAS ET COMMUNICATION

La spécialité **Médias et communication** a été créée en réponse aux transformations médiatiques que vivent les secteurs de la communication. Elle forme des spécialistes des médias et de la communication numérique, dont l'expertise très pointue est allée à des compétences transversales en communication, marketing et ressources humaines.

L'enseignement porte sur l'ensemble des transformations médiatiques dans leurs dimensions culturelle, technique, sociale, économique. L'analyse englobe les changements dans les usages et dans les pratiques professionnelles. Les étudiants se destinent à accompagner l'évolution des médias, à la fois dans les entreprises de médias (presse, télévision, radio) et dans les médias d'entreprise, notamment dans les médias dits numériques.

MASTER 1

Cette première année de Master permet de développer une connaissance approfondie des médias (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 d'acquies 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 ou séjour d'étude à l'étranger de 3 à 6 mois
À l'issue du Master 1, année de césure possible à l'étranger avec obtention d'un diplôme d'université (DU) « Sociétés, cultures et pratiques professionnelles »

→ EXEMPLES DE STAGES

Entreprises :

Télé 7 Jours – Le Figaro – Publicis Dialog – Les Échos – Lagardère publicité

Fonctions/missions :

Marketing presse – Assistant chef de projet – Analyse de discours de presse et de contenus d'émissions radio et TV

→ EXEMPLES DE MÉMOIRES

La médiatisation du rap via le vidéo-clip

Le smartphone ou le mythe de l'hyper-communicabilité

L'imaginaire de l'île à la télévision : Lost, Koh-Lanta, L'Île de la tentation

De la carte à la cybercarte

Musique classique et nouveaux médias

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 concours d'entrée Bac + 4
Écrit : analyse de dossier
Oral : entretien avec un jury

ORGANISATION DES ÉTUDES

Cours de septembre à fin janvier
360 h, 60 crédits ECTS, 4 unités d'enseignement
Stage de 3 à 6 ou 9 mois selon texte réglementaire à paraître

À l'issue du Master 2, année de césure possible à l'étranger avec obtention d'un diplôme d'université « Sociétés, cultures et pratiques professionnelles »

OPTION

MÉDIAS INFORMATISÉS ET STRATÉGIES DE COMMUNICATION (MISC)

Cette option a pour objectif de développer une connaissance approfondie des médias informatisés : compréhension et analyse critique des systèmes informatiques et des transformations techniques, socio-culturelles, économiques liées aux TIC dans le but d'optimiser la stratégie de communication numérique des organisations. Elle permet d'acquies les connaissances théoriques et méthodologiques nécessaires à l'élaboration de stratégies de communication numérique pertinentes et innovantes et à leur évaluation. Elle vise à accompagner et anticiper les transformations de la communication sociale et organisationnelle liées au numérique.

→ EXEMPLES DE STAGES

Entreprises :

Orange – Cap Digital – Publicis Net – Dagobert

Fonctions/missions :

Chargé de communication web – Consultant digital – Planneur digital – Community manager

MASTER 2 (suite)

→ EXEMPLES DE MÉMOIRES

Les usages pirates : une sémiologie de la légalité
La notion de contact au cœur des télécommunications
Les blogs d'agences web

→ EXEMPLES DE DÉBOUCHÉS ET MÉTIERS

Conseil, conception et conduite de projets multimédias innovants (concepteur web, chef de projet e-marketing, community manager, responsable de la communication numérique, chef de produit mobiles...)
Lieux : agences de conseil, services numériques d'entreprises ou d'institutions, « pure players », opérateurs mobiles, entreprises de production de contenus...
Création d'entreprise

OPTION

COMMUNICATION, MARKETING ET MANAGEMENT DES MÉDIAS (C3M)

Cette option a pour objectif de développer une connaissance approfondie des entreprises de médias : compréhension et analyse critique des transformations techniques, socio-culturelles et économiques des systèmes médiatiques français.

Elle permet d'acquérir les connaissances théoriques et méthodologiques transversales nécessaires à l'accompagnement de ces transformations et au développement des entreprises de médias.

→ EXEMPLES DE STAGES

Entreprises : Paris Première – Le Monde – TF1

Fonctions/missions :

Consultant audiovisuel – Chargé d'études médias – Assistant chef de marque

→ EXEMPLES DE MÉMOIRES

La stratégie média du groupe Bolloré
Le Licensing au cœur du Média Global TF1
Vogue un média-marque de luxe dans le village global
La pratique immergente du journalisme en bande dessinée

→ EXEMPLES DE DÉBOUCHÉS ET MÉTIERS

Conseil aux médias dans leur stratégie de développement (production, programmation, communication, marketing, management, politiques RH)
Lieux : entreprises de médias, agences de conseil, agences médias, organisations mettant en place des dispositifs médiatiques originaux

OPTION

COMMUNICATION ET TECHNOLOGIE NUMÉRIQUE (CTN)

Dispensée à Nîmes en cohabilitation avec l'École des mines d'Alès, elle forme des professionnels de haut niveau en sciences de l'information et de la communication et en technologies numériques. Les diplômés sont capables :
– d'évaluer et de conseiller la stratégie de communication des organisations

– d'élaborer une stratégie de communication multimédia
– d'encadrer la mise en œuvre technique d'un projet multimédia

→ EXEMPLES DE STAGES

Entreprises :

Accor – Yahoo France – Nealite – Louis Vuitton – Bang & Olufsen

Fonctions/missions :

Chargé de veille et de community management – Assistant chef de projet – Community manager – Webmaster e-commerce
– Développement du business en ligne – Consultant internet junior

→ EXEMPLES DE MÉMOIRES

Les enjeux du « brand content » sur les réseaux numériques – le cas des marques de luxe

Le in-game advertising, de la simulation sportive au jeu vidéo comme espace publicitaire

Le Nabaztag : promesses et usages d'une innovation
Galeries d'art contemporain : les technologies numériques au service des stratégies de communication

La coproduction du cinéma par les internautes : vecteur promotionnel ou producteur alternatif pour le cinéma français ?

→ EXEMPLES DE DÉBOUCHÉS ET MÉTIERS

Conseil, conception et conduite de projets multimédias innovants (concepteur web, chef de projet e-marketing, community manager, responsable de la communication numérique, chef de produit mobiles...)

Lieux : agences de conseil, services numériques d'entreprises ou d'institutions, « pure players », opérateurs mobiles, entreprises de production de contenus...

RESPONSABLES DE FORMATION

Enseignants-chercheurs :

Étienne CANDEL, maître de conférences

Jacqueline CHERVIN, maître de conférences

Valérie PATRIN-LECLÈRE, maître de conférences

Enseignants associés :

Alban MARTIN, maître de conférences associé, responsable des médias sociaux, Orange

Vincent SOULIER, maître de conférences associé, directeur associé, Personnalité

Antoine BOILLEY, direction des programmes de France 2

Coordinatrices administratives et pédagogiques :

Céline LECLAIRE et Élisabeth RICAUD

VIE ASSOCIATIVE

Bureau des élèves :

activités culturelles, humanitaires et sportives

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

