Master Management des médias et du numérique

À PROPOS DE CE PROGRAMME

Habilitation Nationale
Le master Information et communication est inscrit au Répertoire national des certifications professionnelles (RNCP) sous le numéro 38208.

Domaine : Médias

Parcours : Formation initiale

Durée de la formation
24 mois

Rythme de la formation
La 1re année comprend une période de cours au CELSA suivie d'un stage de 3 mois minimum en France ou à l'étranger, ou d'un séjour d'études à l'étranger. La 2e année comprend une période de cours à temps plein au CELSA de mi-septembre à février, suivie d'un stage de 6 mois en France ou à l'étranger.

Tarif
Master 1 : 255 € (frais de scolarité) + 105 € (CVEC) — sauf cas particuliers (statut de boursier, nationalité).
Master 2 en formation initiale : 255 € (frais de scolarité) + 105 € (CVEC) — sauf cas particuliers (statut de boursier, nationalité).

Information et contact
Orientation étudiante et concours formation initiale
Catherine Jolis
catherine.jolis@sorbonne-universite.fr

Responsable(s) de Formation



VIRGINIE JULLIARD
Professeure des universités



CAMILLE RONDOT
Maîtresse de conférencesCo-responsable du parcours Médias

Coordination pédagogique

SYLVIE GESSON
Coordinatrice pédagogique

SARA DEHMANI
Coordinatrice pédagogique

PRÉSENTATION

OBJECTIFS DE LA FORMATION

Le programme du master Management des médias et du numérique permet de développer une connaissance approfondie des entreprises médiatiques et de la communication numérique. Combinant enseignements théoriques et professionnels, il est assuré par des enseignantes-chercheuses et enseignants-chercheurs en sciences de l'information et de la communication et en sciences humaines et sociales, ainsi que par des intervenantes et intervenants en activité spécialisés dans le secteur des médias au sens large (audiovisuel, radio, presse écrite, médias numériques). La nature des enseignements est diversifiée afin d'explorer et de mettre en œuvre différents types de pédagogies et d'apprentissages : cours magistraux, travaux dirigés, études de cas, ateliers créatifs...
Attentif aux transformations plurielles de l'environnement médiatique contemporain et à l'évolution des pratiques professionnelles, le master Management des médias et du numérique offre aux étudiantes et étudiants une triple spécialisation sur la gestion de projet

Informations non contractuelles - PDF généré le 30/10/2026

médiatique, les stratégies des médias et de la communication numérique, le management des médias. Il a pour objectif de former des spécialistes de haut niveau capables d'anticiper et d'accompagner le développement des entreprises médiatiques et liées au numérique. La formation doit permettre aux étudiantes et étudiants :

- 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...) ;
- d'accompagner et anticiper les transformations de la communication numérique ;
- de développer une connaissance approfondie des enjeux liés au numérique dans la société et notamment dans le secteur médiatique, par l'analyse critique des systèmes informatiques et des transformations techniques, socioculturelles, économiques, ceci dans l'objectif d'acquérir des compétences permettant de concevoir des stratégies pour les organisations en général.

Le master propose une formation théorique et professionnalisante combinant les savoir-faire et le réseau professionnel d'une grande école et l'excellence académique de Sorbonne Université. Elle s'appuie trois leviers complémentaires :

- une pédagogie par projets conduits en relation étroite avec des spécialistes reconnus des médias et de la communication numérique (formats audiovisuels et numériques, jeu vidéo, communication numérique, podcasts, gestion de projet médiatique et numérique...) ;
- la transmission des savoirs théoriques essentiels à la compréhension stratégique des transformations médiatiques contemporaines ;
- la formation *par* et *à* la recherche appliquée dans les domaines de la communication et des médias (travail de groupe en 1e année, mémoire individuel en 2e année).

PUBLIC

Le master Management des médias et du numérique s'adresse :

- aux titulaires d'un diplôme de niveau bac + 3 (180 ECTS ou équivalent) venant notamment des disciplines en sciences humaines et sociales (information communication, histoire, sciences politiques, droit, sociologie, lettres, économie, histoire de l'art ...)
- aux étudiantes et étudiants ayant validé la 3e année de la licence Information et communication parcours Médias du CELSA

COMPÉTENCES VISÉES

- Élargir les connaissances sur la communication par une approche théorique qui valorise l'esprit critique.
- Mobiliser les méthodes, concepts et approches en sciences humaines et sociales et sciences de l'information et de la communication.
- Acquérir des compétences dans la gestion des entreprises médiatiques (notions en marketing, finance, gestion de projet, programmation).
- Mobiliser des savoirs et des savoir-faire hautement spécialisés dans le domaine de la communication audiovisuelle et numérique.
- Piloter, coordonner et mettre en œuvre un format audiovisuel et/ou numérique, en collectif.
- Identifier les usages numériques et les impacts de leur évolution dans le domaine de la communication et des médias.
- Piloter et coordonner une stratégie de communication médiatique et numérique.
- Gérer des contextes professionnels ou d'études complexes qui nécessitent des approches stratégiques nouvelles.
- Conduire une analyse réflexive et distanciée prenant en compte les enjeux, les problématiques et la complexité d'une demande ou d'une situation afin de proposer des solutions adaptées et/ou innovantes en respect des évolutions de la règlementation.

ORGANISATION ET CALENDRIER DE LA FORMATION

Les cours des 1er et 2e semestres (350h) sont mutualisés en partie avec ceux du master Médias et création. Ils ont lieu trois jours par semaine sur le site du CELSA à Neuilly-sur-Seine.
Le 2e semestre comprend un stage en France ou à l'étranger de 3 mois minimum (à partir du mois de mars), ou un semestre d'études à l'ENSCI - Les Ateliers, ou un séjour d'études à l'étranger (pour les étudiantes et étudiants qui ont fait leur 3e année de licence au CELSA).
Le 3e semestre se déroule au CELSA (350h de cours), suivi du 4e semestre qui comprend un stage en France ou à l'étranger de 6 mois maximum (à partir du mois de février) ou un séjour d'études à l'étranger.
En option

- Intégrer le master 2 Communication en transformation pour s'orienter vers une formation à la recherche fondamentale ou appliquée en sciences de l'information et de la communication après la 1re année de master.
- Réaliser une année de césure entre le 2e et 3e semestre.
- Compléter sa formation à l'étranger en suivant le DU Enjeux internationaux de la communication et du journalisme à l'issue du master.

DÉBOUCHÉS ET CARRIÈRES

Au terme de leur formation, les diplômées et diplômés exercent leurs fonctions :

- au sein d'entreprises médiatiques (télévision, radio, presse écrite, médias numériques, cinéma, audiovisuel, musique) ;
- au sein d'agences de conseil en communication média ;
- au sein de services média/communication numérique d'institutions ou d'entreprises ;
- comme indépendante ou indépendant

Les diplômées et diplômés sont appelés à accompagner et à initier les stratégies médiatiques et de communication, notamment numériques dans les secteurs précités. Elles et ils contribuent au pilotage stratégique et à la mise en œuvre opérationnelle des projets dont elles et ils assument la responsabilité.
Elles et ils occupent des postes de cheffe ou chef de projet médias, chargée ou chargé de communication audiovisuelle, chargée ou chargé de communication digitale, responsable des programmes, *digital content manager*, chargée ou chargé de production ou consultante ou consultant média.
Suivi des carrières

EXEMPLES D'ORGANISATIONS OÙ SE SONT DÉROULÉS DES STAGES

Ba&sh, BETC Fullsix, Chronik Fiction, Deezer, France Télévisions, Général Pop, Havas Play, Hermès, Plaion, TF1, Ubisoft.
Exemples de missions en stage

DIPLÔME

Cette formation mène à la délivrance du diplôme national de master Information et communication.
Nombre d'ECTS : 120 (60 par année).

PROGRAMME

Le master se déroule sur 4 semestres.

PREMIÈRE ANNÉE, SEMESTRE 1

Enseignements disciplinaires en SIC et SHS

- Approche critique des cultures médiatiques
- Sémiologie des médias
- Transition environnementale et communication

Enseignements de spécialité

- Audiovisuel : Écriture médiatique
- Stratégies éditoriales : industries culturelles et créatives
- Connaissance des publics (audiences et études)

Enseignements méthodologiques

- Mémoire
- Méthodologie

Enseignements d'ouverture

- Communication Studies
- Enjeux sectoriels des médias
- Insertion professionnelle : dispositif CELSA

PREMIÈRE ANNÉE, SEMESTRE 2

Enseignements disciplinaires en SIC et SHS

- Industrialisation des formes audiovisuelles créatives
- Enjeux sociologiques, historiques et économiques des médias

Enseignements de spécialité

- Audiovisuel : stratégies médias TV
- Stratégies éditoriales : Web et réseaux sociaux
- Systèmes médiatiques et enjeux de régulation

Enseignements méthodologiques

- Rapport de stage
- Approches marketing et financière des médias
- Gestion de projets et entrepreneuriat

Enseignements d'ouverture

- Communication Studies
- Communication graphique

Activités pédagogiques facultatives (S1 à S2)

- Formation à la recherche documentaire
- Insertion professionnelle : dispositif CELSA
- Enseignements facultatifs (Langue étrangère (SIAL), Sport, projet civique, associatif ou entrepreneurial...)

Informations non contractuelles - PDF généré le 30/10/2026

DEUXIÈME ANNÉE, SEMESTRE 3

Enseignements disciplinaires en SIC et SHS

- Médias, numérique, pouvoir : enjeux de pouvoir et médias informatisés
- Médias, numérique, pouvoir : approches critiques des médias et du numérique
- Circulations transmédiatiques
- Enquêter sur les pratiques médiatiques

Enseignements de spécialité

- Formats médiatiques : l'argumentaire et ses enjeux
- Formats médiatiques : enjeux juridiques
- Formats médiatiques : enjeux financiers

Enseignements complémentaires

- Enjeux créatifs et innovation numérique
- Enjeux de production
- Gestion de projet médiatique
- Management et organisation médiatique
- Méthodologie du mémoire

Enseignements d'ouverture

- Communication Studies
- Formats médiatiques : veille stratégique et commerciale

DEUXIÈME ANNÉE, SEMESTRE 4

Enseignements disciplinaires en SIC et SHS

- Enjeux contemporains des médias : sciences et société
- Enjeux contemporains des médias : imaginaires des technologies

Enseignements de spécialité

- Instances de régulation des médias
- Gestion de projet médiatique

Enseignements méthodologiques

- Mémoire
- Rapport de stage

Enseignements d'ouverture

- Communication Studies
- Gestion de projet médiatique : médiatraining
- Insertion professionnelle : dispositif CELSA

Activités pédagogiques facultatives (S3 à S4)

- Enseignements facultatifs (Langue étrangère (SIAL), Sport, projet civique, associatif ou entrepreneurial...)
- Insertion professionnelle : dispositif CELSA

ADMISSION

Pour candidater dans un master en deux ans au CELSA, vous devez avoir obtenu ou obtiendrez à la fin de l'année universitaire en cours un diplôme de licence ou 180 crédits ECTS (équivalent Bac+3), dans un établissement situé en France ou à l'étranger.
Pour postuler au master, vous pouvez présenter votre candidature par :

- la plateforme MonMaster
- la Banque d'épreuves littéraires (pour les étudiantes et étudiants de classes préparatoires ayant sélectionné le CELSA)
- le réseau Campus France (pour les étudiantes et étudiants étrangers)

Déroulé du concours

L'accès au master est sélectif. Le concours du CELSA est structuré en deux phases.

Informations non contractuelles - PDF généré le 30/10/2026

1- L'admissibilité
Les dossiers de candidature sont évalués par une commission d'admissibilité. A l'issue de cette phase, les personnes déclarées admissibles sont convoquées à un entretien d'admission.

- Pour les candidatures MonMaster, le dossier est évalué selon le niveau académique, les projets académique et professionnel, l'expérience professionnelle, l'expérience internationale, le statut éventuel d'étudiante ou étudiant à Sorbonne Université, et la proximité avec les sciences humaines et sociales et plus particulièrement avec les sciences de l'information et de la communication.
- Pour les candidatures BEL, après communication des résultats d'admissibilité par les Écoles Normales Supérieure ou l'École nationale des chartes, les étudiantes et étudiants ayant obtenu des notes supérieures à un total défini par le CELSA, sont déclarés admissibles.
- Pour les candidatures Campus France, sont évalués le niveau académique, les projets universitaire et professionnel, l'expérience professionnelle, l'expérience internationale, et la proximité avec les sciences humaines et sociales et plus particulièrement avec les sciences de l'information et de la communication. Un niveau de langue C1 est par ailleurs requis.

2- L'admission
Les candidates et candidats ayant été déclarés admissibles sont invités à se présenter à un entretien oral à distance avec un jury qui évalue la capacité d'analyse et de structuration de la réflexion, la qualité rhétorique, l'originalité et la pertinence des idées, les exemples et références mobilisées, la motivation et la connaissance de l'École, ainsi que le projet professionnel.
À l'issue du concours, les personnes admises se voient proposer une place dans le master qu'elles doivent accepter officiellement, faute de quoi leur place est remise en jeu.

Calendrier du concours et pièces administratives

Les dates d'ouverture, de fermeture et de communication des résultats sont données par chacune des plateformes, MonMaster, Banque d'épreuves littéraires et Campus France.
La liste des pièces administratives y est également indiquée.
Vous pouvez consulter dès maintenant le calendrier prévisionnel des dates de concours.

Préparation du concours

Consulter la page Rejoindre nos formations pour des conseils et une bibliographie.

Informations non contractuelles - PDF généré le 30/10/2026