

Master Culture et communication

Médias et rapports sociaux de classe, race, genre

Forme aux métiers de l'expertise médiatique et de la communication (expert-consultant, chargé de communication, conception-rédaction, stratégie de communication et d'inclusion des publics...), dans des organisations ayant à gérer des activités de production médiatique ou à y favoriser l'accès à des publics (médias, industries culturelles, institutions publiques, collectivités publiques, territoriales ou associatives). Ce parcours ouvre également à la poursuite d'études doctorales.

... DES COMPETENCES

Analyse, expertise et recherche

- Maîtriser les savoirs épistémologiques, méthodologiques et critiques pour l'appréhension des pratiques de communication
- Construire une problématique et mobiliser les notions et références bibliographiques
- Concevoir des enquêtes, mettre en pratique les appareils de preuve, recueillir et analyser des données complexes

Espace public, médias et culture

- Comprendre les enjeux politiques des médias
- Connaître la genèse et la dynamique des antagonismes dans l'espace public médiatique
- Analyser les mutations du débat public à l'ère du numérique
- Analyser les stratégies de mobilisation de la société civile

Communication orale et écrite

- Produire et diffuser des contenus médiatiques dans un environnement associatif et/ou participatif
- Vulgariser des travaux de recherche
- Formuler des préconisations dans le cadre d'une expertise adressée aux professionnels du secteur : rapport, synthèse, analyse et prospective

Relation à l'environnement professionnel

- Organiser son travail de façon autonome et en groupe (sens de l'écoute) en un temps déterminé
- Trouver des solutions innovantes grâce à une analyse structurée du problème et à la convocation des concepts pertinents
- Se situer aux différents niveaux d'interaction entre acteurs, institutions et dispositifs de régulation et de gouvernance
- Identifier les besoins de développement du champ professionnel et formuler des préconisations stratégiques
- Solliciter et dialoguer avec des professionnels des médias, des représentant-es des pouvoirs publics ou de la société civile

】 Types d'emplois accessibles

- Chargé de communication
- Chargé d'étude / consultant en stratégie
- Concepteur de contenus multimédia
- Journalisme et information média

DISPOSITIFS D'INSERTION PROFESSIONNELLE

】 Stage *(optionnel)*

Durée du stage : entre 3 et 6 mois maximum

Période de stage : 2nd semestre

Exemples de missions :

Les structures accueillant en stage les étudiants de la mention sont principalement des services de communication d'entreprises (de divers secteurs) et d'établissements culturels ; des entreprises de presse, sociétés de production et chaînes de télévision ; des institutions européennes, ONG et associations ; des laboratoires de recherche. Les étudiants s'y verront confier des tâches diverses, qui correspondent aux compétences acquises au cours de la formation : rédaction et correction de documents de communication ou de contenus journalistiques ; organisation d'évènements culturels ou de communication ; suivi de relations presse ; animation de communautés en ligne à des fins promotionnelles ; recherche et expertise.

】 **Alternance** **Non**

POUR EN SAVOIR +

】 **Secrétariat de la formation**

mastercultureetcommunication@univ-paris8.fr

Site internet : www.ufr-culture-communication.univ-paris8.fr

】 **SCUIO-IP** - Service Commun Universitaire d'Information, d'Orientation et d'Insertion Professionnelle

☎ 01 49 40 67 14

scuio@univ-paris8.fr

RESO 8

Pour déposer une offre de stage, de contrat en alternance ou une offre d'emploi

www.univ-paris8.fr/scuio/reso8