

Master Culture et communication Industries Culturelles et Créatives (ICCREA)

Forme des professionnels capables de concevoir des stratégies de création, ainsi que de communication et de promotion adaptées aux productions des industries culturelles et créatives, dans un contexte de prise en compte du développement numérique et d'une perspective internationale.

... DES COMPETENCES

Industries culturelles & créatives

- Maîtriser les approches théoriques de la culture et les rapports entre culture et industries culturelles et créatives
- Concevoir une stratégie de communication et de promotion adaptée aux spécificités des produits des industries culturelles et créatives
- Définir des stratégies de création des produits : contenus médiatiques, culturels et artistiques
- S'adapter aux spécificités des politiques culturelles françaises en lien avec les industries culturelles et créatives
- Maîtriser les éléments de la propriété artistique et intellectuelle

Économie politique & socio-économie de la culture & de la communication

- Analyser la constitution des marchés et les rapports de force entre acteurs public et privé, historique et pure-player
- Concevoir des stratégies de diffusion multi-supports
- Définir des stratégies de valorisation permettant de maximiser la collecte de financements
- Mobiliser une connaissance des acteurs, des processus et des dynamiques à l'œuvre dans les secteurs de la communication
- Analyser les situations à partir des concepts fondateurs de la sociologie et de la communication
- Analyser le positionnement et les stratégies des acteurs du secteur

Espace public, média & culture

- Comprendre les enjeux politiques des médias en tant qu'espaces publics privilégiés
- Connaître la genèse de l'espace public et ses différentes conceptions
- Analyser les mutations des espaces publics médiatiques à l'ère du numérique
- Connaître et comprendre les politiques culturelles et leurs enjeux

Analyse & expertise

- Définir des projets d'études et rédiger leurs cahiers des charges
- Piloter la mise en oeuvre de projets et/ou d'actions
- Animer des équipes de travail et diriger des projets d'études
- Formuler des préconisations dans le cadre d'une expertise : rapport, synthèse et prospective

Spécialisation Industrie musicale ou audiovisuelle : logiques, stratégies & enjeux

- Maîtriser l'histoire de l'industrie musicale ou audiovisuelle, ses acteurs et les enjeux posés à l'heure du numérique
- Analyser la constitution des marchés musicaux ou audiovisuels, leurs stratégies et les rapports de force entre acteurs publics, privés et indépendants
- Exercer une analyse critique des enjeux socio-économiques et professionnels liés au secteur musical ou audiovisuel en France et à l'étranger
- Mettre en perspective les pratiques amateurs au regard des stratégies économiques

Spécialisation Plateformes numériques : stratégies, logiques & enjeux

- Analyser les stratégies des principaux acteurs
- Concevoir des politiques de communication et des dynamiques participatives sur le web
- Gérer des plateformes participatives

Spécialisation Mobilisations informationnelles, médias alternatifs & marges culturelles

- Maîtriser les savoirs épistémologiques, méthodologiques et critiques pour l'appréhension des pratiques informationnelles et alternatives
- Analyser les stratégies de mobilisation de la société civile
- Concevoir des enquêtes, recueillir et analyser des données complexes
- Produire et diffuser des contenus médiatiques dans un environnement associatif et/ou participatif

Communication & outils

- Produire des travaux de synthèse (notes, rapport d'expertise)
- Vulgariser des travaux de recherche
- Maîtriser la langue anglaise : vocabulaire usuel et spécifique de la communication

Types d'emplois accessibles

- Assistant de production, de développement culturel et artistique, chef de projets marketing-web
- Producteur associé dans la télévision ou le cinéma, programmateur de chaîne numérique ou web
- Chargé d'étude/consultant en stratégie
- Chargé de programme ou de production

DISPOSITIFS D'INSERTION PROFESSIONNELLE

Stage

Durée du stage : de 3 à 6 mois maximum en 1^{ère} année de master (M1) & en 2nde année de master (M2)

Période : second semestre

Exemples de missions : Promotion d'un label ; Promotion d'artistes dans une société de production ; Préparation et suivi de festivals ; Évaluation de projets dans un service d'acquisition d'un diffuseur ; Collaboration à un titre de presse et analyse de sa stratégie participative.

Alternance Oui

Possible en contrat de professionnalisation en 2nde année uniquement, pour les spécialisations « Industrie musicale : logiques, stratégies et enjeux », « Industrie audiovisuelle : logiques, stratégies et enjeux » et « Plateformes numériques : stratégies, logiques et enjeux ».

POUR EN SAVOIR +

Secrétariat de la formation

+33 149 407 020

ndiargaye.cisse06@univ-paris8.fr

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

Bureau Alternance

+33 149 407 070

alternance@univ-paris8.fr

Site internet : www.fp.univ-paris8.fr/-espace_entreprise_alternance-

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

+33 149 406 714

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