

ORGANISATION ET CONTENU DES ENSEIGNEMENTS

ORGANISATION DES ENSEIGNEMENTS EN 1^{ère} année de Master (M1)

Semestre	Intitulés des UE	Intitulés des EC de chaque UE	ECTS	VH EC
Semestre 1	UE1 Industries culturelles et créatives : approches critiques (2 EC à choisir parmi les 3)	Théories des industries culturelles et créatives	4	30
		Sciences, techniques et société	4	30
		Théories de la mondialisation des médias	4	30
	UE2 Industries culturelles et créatives : enjeux et acteurs	Stratégies des acteurs des industries culturelles et créatives	3	15
		Politiques publiques de la culture	3	15
UE3 Enseignement d'ouverture	Cours libre ou initiative étudiante (start-up, junior entreprise, projet personnel, etc.)	2	30	
UE4 Enseignement linguistique	Anglais de la communication	2	30	
	UE5 Méthodologie	Méthodologie de la recherche en sciences sociales	4	30
Semestre 2	UE6 Espace public, médias, culture	Espace public et médias	3	30
		Théories de la culture	4	30
	UE7 Pratiques des champs professionnels	Marketing des industries culturelles	3	15
		Éthique et pratiques des industries culturelles	3	15
		Panorama des champs professionnels / Conférences	3	30
		Période d'insertion professionnelle (3/6 mois - Rapport problématisé) Ou suivi d'un séminaire du CEMTI Ou suivi du séminaire avancé en communication	3	
	UE8 Recherche	Atelier de suivi méthodologique	2	8
		Mémoire (théorique ou professionnel) - Texte	10	
Mémoire (théorique ou professionnel) - Soutenance		7		

ORGANISATION DES ENSEIGNEMENTS EN 2^{nde} année de Master (M2)

Spécialisation « Industrie musicale : logiques, stratégies et enjeux »

OBJECTIFS DE LA FORMATION ET DEBOUCHES PROFESSIONNELS

La spécialisation « Industrie musicale : logiques, stratégies et enjeux » s'inscrit dans la continuité des enjeux liés aux industries culturelles et créatives. Originale de par son inscription dans les problématiques culturelles et artistiques actuelles, elle aborde simultanément l'analyse des logiques de production amateurs/professionnelles/industrielles, des logiques de valorisation des contenus musicaux, des modalités de financement (privé/public) ainsi que des pratiques d'écoute à l'heure du numérique et du web collaboratif.

Outre la possible poursuite d'étude vers une formation doctorale, cette spécialisation vise l'intégration dans des structures professionnelles et/ou associatives en lien direct ou indirect avec le secteur musical. Les secteurs professionnels possibles sont les majors, les labels, les associations, les médias. Au regard des postes occupés aujourd'hui par nos anciens étudiants, les titulaires de ce Master 2 pourront prétendre à des emplois tels que assistants de productions, assistant développement culturel et artistique, manager, responsable/assistant organisation de spectacles, chef de projets musicaux, chargés d'étude, assistant/chef promotion, chef de projets marketing-web.

Semestre	Intitulés des UE	Intitulés des EC de chaque UE	ECTS	VH EC
Semestre 3	UE1 Economie, histoire et esthétique de l'industrie musicale	Économie politique des industries de la musique	4	15
		Esthétique des contenus musicaux	4	15
		Histoire des musiques populaires	4	15
	UE2 Musiques et publics	Publics et goûts musicaux	4	15
		Usages sociaux de la musique à l'ère numérique	4	15
	UE3 Financement et valorisation de la musique	Financement et valorisation des contenus musicaux	4	15
		Diffusion numérique des contenus musicaux	4	15
Tables rondes professionnelles		4	15	
UE4 Méthodologie	Méthodologie de la recherche en sciences sociales	4	30	
Semestre 4	UE5 Recherche en SIC	Atelier de suivi méthodologique	3	7,5
		Mémoire (recherche ou professionnel) - Texte	10	
		Mémoire (recherche ou professionnel) - Soutenance	8	
		Période d'insertion professionnelle (3/6 mois - Rapport problématisé suite au stage ou au contrat de professionnalisation) Ou suivi des séminaires du CEMTI Ou suivi d'un séminaire en communication Ou cours libre choisi dans l'offre d'une autre UFR de Paris 8	3	

Spécialisation « Industrie audiovisuelle : logiques, stratégies et enjeux »

OBJECTIFS DE LA FORMATION ET DEBOUCHES PROFESSIONNELS

La spécialisation « Industrie audiovisuelle : logiques, stratégies et enjeux » fournit aux étudiants s'orientant vers l'industrie audiovisuelle, et les métiers de promotion et valorisation de l'image plus généralement, les outils de compréhension du secteur dans une approche pluridisciplinaire. Deux axes organisent les enseignements : production et publics d'une part et images et écrans de l'autre, chacun mêlant des perspectives théoriques et des compétences pratiques. Aux enseignements fondamentaux s'ajoute la possibilité au second semestre de suivre des séminaires de recherche ou d'effectuer une période d'insertion professionnelle significative, de 3 à 6 mois. Une convention avec l'École nationale supérieure Louis Lumière permet aux étudiants de suivre 30h de formation professionnelle aux métiers du cinéma. Certains enseignements permettent aux étudiants de travailler en gestion de projet dans des conditions réelles, sous la responsabilité d'un professionnel (Forum des images en 2017-2018). Le programme permet en particulier d'acquérir des connaissances sur les métiers de l'industrie audiovisuelle, sur ses acteurs et sur les mutations imposées par notre société numérique. Il offre des outils d'analyse permettant de comprendre la constitution des marchés audiovisuels à l'heure du web 2.0 et du numérique ainsi que le positionnement des acteurs et des « nouveaux entrants » dans la filière. Il permet aussi d'appréhender les stratégies et les rapports de force entre acteurs publics, privés et indépendants. Il forme enfin les étudiants à exercer une analyse critique des enjeux socio-économiques et professionnels liés au secteur audiovisuel en France comme à l'étranger.

Outre la possible poursuite d'étude vers une formation doctorale, cette spécialisation destine les étudiants à intégrer tant des structures de diffusion (chaînes de télévision, entreprises de distribution cinéma, mais aussi nouveaux médias...), que des entreprises élaborant des contenus ou travaillant à leur promotion (sociétés de production, de promotion et de marketing...).

Semestre	Intitulés des UE	Intitulés des EC de chaque UE	ECTS	VH EC
Semestre 3	UE1 Production et publics	Economie politique de l'image	4	15
		Logiques de production et de distribution audiovisuelle et cinématographique	4	15
		Formats sériels et stratégies éditoriales de l'image	4	15
		Connaissance des publics, valorisation et promotion de l'image	4	15
		Conduites de projets (<i>concept télévisuel</i>)	4	15
	UE2 Images et écrans (3 EC au choix)	Sémiologie et recherches sur l'image	4	15
		Mutations de la critique, du papier au numérique	4	15
		Suivi de projets internationaux (<i>festivals</i>)	4	15
		Cours dans l'UE1 ou l'UE2 de la Spécialisation « Plateformes numériques : stratégies, logiques et enjeux »	4	15
		Parcours « Métiers du cinéma » à l'ENS Louis Lumière	Val.	30
UE3 Méthodologie	Méthodologie de la recherche	4	30	
Semestre 4	UE4 Recherche en SIC	Atelier de suivi méthodologique	3	7,5
		Mémoire (recherche, professionnel, création) - Texte	10	
		Mémoire (recherche, professionnel, création) - Soutenance	8	
		Période d'insertion professionnelle (3/6 mois - Rapport problématisé suite au stage ou au contrat de professionnalisation) Ou suivi de deux séminaires du CEMTI Ou suivi du séminaire avancé en communication Ou cours libre choisi dans l'offre d'une autre UFR Ou initiative étudiante (start-up, junior entreprise, projet personnel,...)	3	

Spécialisation « Plateformes numériques : stratégies, logiques et enjeux »

OBJECTIFS DE LA FORMATION ET DEBOUCHES PROFESSIONNELS

La spécialisation « Plateformes numériques : stratégies, logiques et enjeux » offre une formation de haut niveau dans le domaine des industries culturelles et créatives et des cultures participatives qui se développent sur internet. Elle donne aux étudiants les clés pour comprendre l'ampleur des mutations induites par les innovations technologiques et sociétales sur le web et construire une analyse critique des usages et des processus participatifs.

Les étudiants sont formés aux principaux enjeux sociaux ouverts par le développement des plateformes numériques par le biais de la participation : dynamiques d'innovation, enjeux économiques pour les industries du web, big data, bien communs, open data, open access, inégalités des usages sociaux des TIC, production de l'information par la participation, gestion et modération des communautés numériques, positionnement des savoirs experts. Ils sont capables d'analyser les stratégies des principaux acteurs, de concevoir des politiques de communication et des dynamiques participatives sur le web, de gérer des plateformes participatives. La compréhension des logiques à l'œuvre donne aux étudiants une capacité d'adaptation indispensable dans un secteur en construction. En plus des cours, des ateliers de perfectionnement sur Wordpress sont organisés avec des professionnels. Des collaborations sont menées avec des institutions régionales en lien avec le numérique, dans le domaine des arts et des entreprises (Le Cube). Un partenariat avec l'École nationale supérieure Louis Lumière, permet des enquêtes croisées avec des étudiants photographes.

Aux enseignements fondamentaux s'ajoute la possibilité au second semestre d'effectuer une période d'insertion professionnelle de 3 à 6 mois, de conclure un contrat de professionnalisation, ou de suivre des séminaires de recherche. Les cours sont regroupés sur 2 jours.

Spécialistes des cultures participatives et des stratégies de communication sur le web, les débouchés de cette formation sont à chercher au sein des organismes suivants : titres de presse ou sites de presse en ligne, acteurs de l'information ; départements numériques des médias audiovisuels ou radiophoniques ; éditeurs de contenus Web ; opérateurs de télécommunication ; médias ; institutions culturelles (organismes de spectacle vivant, musées, galeries, etc.) ; collectivités territoriales ; associations et ONG ; universités. Métiers : chargé d'étude, conseiller ou consultant en stratégie, management de communautés numériques (community manager), responsable de projets stratégiques, chargé d'étude prospective, enseignant-chercheur.

Semestre	Intitulés des UE	Intitulés des EC de chaque UE	ECTS	VH EC
Semestre 3	UE1 Société et numérique	Mutations du capitalisme et logiques d'innovation	4	15
		Economie politique de l'Internet et des Data Industries	4	15
		Usages sociaux des TIC	4	15
		Conduite de projets (avec un professionnel)	4	15
	UE2 Cultures participatives et données numériques (4 EC au choix)	Biens communs, Open Data et Open Access	4	15
		Surveillance, contrôle social, vie privée : questions éthiques et juridiques	4	15
		Production participative d'information et Data Journalism	4	15
		Cultures participatives, savoirs experts et connaissances scientifiques	4	15
		Cours à choisir dans l'UE 2 du M2 Industrie audiovisuelle : logiques, stratégies et enjeux	4	15
	UE3 Méthodologie	Méthodologie de la recherche en sciences sociales	4	30
Semestre 4	UE4 Recherche en SIC	Atelier de suivi méthodologique	3	8
		Mémoire (théorique ou professionnel) - Rédaction	10	
		Mémoire (théorique ou professionnel) - Soutenance	8	
		Période d'insertion professionnelle (3/6 mois - Rapport problématisé suite au stage ou au contrat de professionnalisation) Ou suivi de 2 séminaires du CEMTI	3	

Spécialisation « Mobilisations informationnelles, Médias alternatifs et Marges culturelles »

OBJECTIFS DE LA FORMATION ET DEBOUCHES PROFESSIONNELS

La spécialisation « Mobilisations informationnelles, Médias alternatifs et Marges culturelles » permet l'acquisition des savoirs épistémologiques, méthodologiques et critiques nécessaires à l'analyse des mobilisations de la société civile – collectifs citoyens, militants, associatifs ; mouvements participatifs, contestataires, minoritaires ; etc. Cette Spécialisation conduit à la maîtrise des savoirs conceptuels et des méthodes empiriques nécessaires au saisissement de ces phénomènes complexes, des enjeux symboliques, et des rapports sociaux qui y sont en jeu : revendications identitaires, luttes de classement, cultures subalternes et contre-hégémoniques, dynamiques de mobilisation, de légitimation, de participation, etc. Elle permet notamment l'acquisition des compétences fondamentales suivantes : la maîtrise des méthodes d'enquête des Sciences sociales (mise en œuvre des appareils de preuve qualitatifs : entretiens, ethnographies, etc.) ; l'articulation et la mobilisation de ces compétences dans des projets transversaux (dans le cadre du mémoire, et éventuellement du stage) ; la capacité de travailler en autonomie comme en équipe (travaux de groupe, enquêtes collectives). Au terme de leur cursus, les étudiant-e-s disposent ainsi des outils d'analyse des Sciences sociales permettant de comprendre les enjeux symboliques et politiques qui traversent les processus de production, de diffusion, d'appropriation ou de détournement des dispositifs mobilisationnels et participatifs.

Le cursus ouvre à différents types de postes, mais prépare tout particulièrement aux métiers de l'expertise médiatique et de la communication, dans des organisations ayant à gérer des activités de production médiatique ou à y favoriser l'accès à des publics (chargé de programme ou de production, chargé d'étude, rédacteur, community manager, etc.). Les étudiant-e-s seront en mesure de mettre en œuvre un répertoire de pratiques liées aux fonctions d'expertise, de production et de diffusion de contenus dans le champ des médias, des industries culturelles, des institutions associatives, aussi bien dans le secteur public (collectivités territoriales, administrations, institutions internationales, etc.) que privé (entreprises de production médiatiques et/ou culturelles, ONG, etc.).

Propédeutique à la poursuite d'études doctorales, la Spécialisation prépare également aux métiers de l'enseignement et de la recherche.

Semestre	Intitulés des UE	Intitulés des EC de chaque UE	ECTS	VH EC
Semestre 3	UE1 Domination sociale et marges culturelles	Rapports sociaux de classes : modèles et concepts	2	15
		Rapports sociaux de sexe et cultures féministes	3	15
		Rapports sociaux de race et cultures subalternes	3	15
		Cultures prolétariennes : pratiques historiques et contemporaines	2	15
	UE2 Action collective et productions symboliques	Mouvements sociaux, médias et action collective	3	15
		Médias alternatifs et mobilisations informationnelles	3	15
		Luttes pour la reconnaissance et régimes de visibilité médiatiques	3	15
		Participation citoyenne et médias numériques	3	15

		Cycle de conférences « Pratiques médiatiques et professionnelles »	3	12
	UE3 Méthodologie	Épistémologie de la critique	3	18
		Cultures de masse, idéologies et contre-cultures	3	15
	UE4 Méthodologie	Méthodologie de la recherche en sciences sociales	4	30
Semestre 4	UE5 Recherche	Séminaires avancés (CEMTI - École doctorale en Sciences sociales)	2	
		Période d'insertion professionnelle (3 mois - Rapport problématisé) Ou Cours libre (<i>à choisir parmi les enseignements des autres UFR</i>) Ou Stage	2	30
	UE6 Recherche en SIC	Atelier de suivi méthodologique	2	7,5
		Mémoire de recherche - Rédaction	10	
		Mémoire de recherche - Soutenance	9	

STAGE EN MASTERS 1 et 2 ET CONTRAT DE PROFESSIONNALISATION

La période d'insertion professionnelle (d'une durée de trois mois minimum et de six mois maximum) est optionnelle en M1 ICCREA. Elle peut être remplacée par le suivi d'un séminaire de recherche (cf. tableau). La période d'insertion professionnelle (d'une durée de trois mois minimum et de six mois maximum) est optionnelle en M2 pour toutes les spécialisations (cf. tableau par Spécialisation pour les séminaires ou cours à suivre au choix). La période d'insertion professionnelle en M1 et en M2 donne lieu à la rédaction d'un rapport problématisé (sans soutenance), ainsi qu'à l'obtention d'une note. Les autres choix donnent également lieu à la réalisation d'un travail et à l'obtention d'une note. Dans les spécialisations « Industrie audiovisuelle : logiques, stratégies et enjeux », « Industrie musicale : logiques, stratégies et enjeux » et « Plateformes numériques : stratégies, logiques et enjeux » les cours sont regroupés sur deux jours, ce qui permet aux étudiants de s'engager dans un contrat de professionnalisation.