

ORGANISATION ET CONTENU DES ENSEIGNEMENTS

Volume horaire global (M1+M2, hors stage) pour chaque parcours :

- Parcours « Plateformes numériques, création et innovation » : 516 h (M1 300 h + M2 216 h)
- Parcours « Industrie de la musique : production, organisation, communication » : 480 h (M1 300 h + M2 180 h)
- Parcours « Communication pour l'audiovisuel » : 510 h (M1 300 h + M2 210 h)

La 1^{ère} année du master (M1) constitue le tronc commun disciplinaire et méthodologique, le **parcours « Industries culturelles et créatives »**. En M1, les contenus sont articulés à des compétences d'ordre économique, financier ou marketing, ainsi qu'à une maîtrise des enjeux sociaux de la technique et de l'espace public dans lesquels ces contenus s'inscrivent. L'accent est mis également sur les compétences transversales permettant de créer, produire, promouvoir et de valoriser des « contenus », tant médiatiques, culturels qu'artistiques. En plus des cours, des ateliers de prise en main de WordPress, d'initiation à la veille documentaire et à la construction de projet professionnel sont organisés en première année avec des professionnels.

1^{ère} année de Master (M1) – Tronc commun

Semestre	Intitulés des UE	Intitulés des EC de chaque UE	ECTS	VH EC
Semestre 1	UE1 Industries culturelles et créatives : approches critiques	Théories des industries culturelles et créatives	4	30
		2 cours au choix parmi Sciences, techniques et société Ou Théories de la mondialisation des médias	4	30
	UE2 Industries culturelles et créatives : enjeux et acteurs	Stratégies des acteurs des industries culturelles et créatives	4	15
		Atelier de communication au sein d'une institution culturelle	4	15
	UE3 Enseignement d'ouverture	Cours libre ou initiative étudiante (<i>start-up, junior entreprise, projet personnel, etc.</i>)	4	30
		Introduction aux parcours de M2 : 1 EC au choix parmi les 3 (Plateformes, Audiovisuel ou Musique)	2	9
	UE4 Méthodologie	Anglais de la communication	4	30
Méthodologie de la recherche en sciences sociales		4	15	
Semestre 2	UE5 Espace public, médias, culture	Espace public et médias	4	30
		Approches anthropologiques et sociologiques de la culture	3	21
	UE6 Pratiques des champs professionnels	Marketing des industries culturelles	2	15
		Droit des industries culturelles	2	15
		Conférences professionnelles	2	15
		Atelier professionnalisant 1 : WordPress	2	9
		Atelier professionnalisant 2 : InDesign	2	6
		1 EC au choix Période d'insertion professionnelle (3 / 6 mois - Rapport problématisé) Ou suivi de 5 séances d'un séminaire de recherche (du CEMTI ou en SIC)	2	
	UE7 Recherche	Ateliers de recherche création	2	15
		Mémoire (<i>théorique ou professionnelle</i>) - Texte	6	
Mémoire (<i>théorique ou professionnelle</i>) - Soutenance		3		

2^{nde} année de Master (M2)

Enseignements du parcours « Plateformes numériques, création et innovation » (M2)

Semestre	Intitulés des UE	Intitulés des EC de chaque UE	ECTS	VH EC
Semestre 3	UE1 Société, création et numérique	Plateformes numériques et logiques d'innovation	3	15
		Communs numériques et propriété intellectuelle	3	15
		Enquête socio-photographique sur la transition numérique. Partenariat ArTeC et ENS Louis-Lumière	5	27
		Atelier de culture visuelle (<i>photo et écriture journalistique</i>) : Partenariat ArTeC et ENS Louis-Lumière	1	21
		Production de contenu pour un site WordPress : Partenariat EUR ArTeC	1	9
		Médiations numériques et usages créatifs	3	18
	UE2 Plateformes numériques entre participation et surveillance	Économie numérique et théories du nouveau capitalisme	3	15
		Création et plateformes numériques : questions éthiques et juridiques	3	18
		Numerique et Art	3	15

	UE3 Méthodologie et terrain	Méthodologie de la recherche en sciences sociales	3	15
		Projet : journée d'étude (<i>conception, valorisation, print et web</i>) : EUR ArTeC et ENS Louis-Lumière	2	15
Semestre 4	UE4 Recherche en SIC	Mémoire (<i>théorique ou professionnel</i>) - Texte	12	
		Mémoire (<i>théorique ou professionnel</i>) - Soutenance	8	
	UE5 Professionnalisation	Conduite de projet : communication d'événements culturels	3	18
		Communication digitale dans le secteur culturel	3	15
		1 EC au choix Période d'insertion professionnelle (<i>3/6 mois - Rapport problématisé suite stage ou contrat de professionnalisation, obligatoire sur le M1 ou le M2</i>) Ou suivi de 15 h de Séminaires de recherche du CEMTI ou en SIC Ou Cours libre dans une autre UFR Ou Engagement étudiant (<i>association, start-up, junior entreprise</i>)	4	

Enseignements du parcours « Industrie de la musique : production, organisation, communication » (M2)

Semestre	Intitulés des UE	Intitulés des EC de chaque UE	ECTS	VH EC
Semestre 3	UE1 Structure et enjeux	Socio-économie de l'écosystème musical	3	15
		Droit d'auteur et copyright	3	15
		Sociologie des publics	3	15
	UE2 Stratégies	Financement et valorisation	3	15
		Logiques contemporaines	3	15
		Séminaire thématique	3	15
UE3 Autour des « musiques populaires »	Histoires des « musique populaires »	4	15	
	Musique et contre-cultures	4	15	
	Analyser les tubes (<i>socio-économique, esthétique</i>)	4	15	
Semestre 4	UE5 Professionnalisation	Tables rondes professionnelles	3	15
		Projet création/diffusion	3	15
		1 EC au choix parmi 4 Période d'insertion professionnelle (<i>3/6 mois - Rapport problématisé suite au stage ou au contrat de professionnalisation</i>) Ou suivi des séminaires du CEMTI Ou suivi d'un séminaire en communication Ou cours libre choisi dans l'offre d'1 autre UFR de Paris 8	3	
	UE6 Recherche	Mémoire (<i>de recherche ou professionnel</i>) - Texte	9	
		Mémoire - soutenance	9	
		Méthodologie de la recherche	3	15

Enseignements du parcours « Communication pour l'audiovisuel » (M2)

Semestre	Intitulés des UE	Intitulés des EC de chaque UE	ECTS	VH EC
Semestre 3	UE1 Valorisation et publics	Connaissance des publics, valorisation et promotion de l'image	3	15
		Logiques de production et de distribution audiovisuelle et cinématographique	3	15
		Mutations de la critique, du papier au numérique	3	15
		Projets internationaux : festivals	2	15
	UE2 Images et écrans	Sémiologie et recherches sur l'image	3	15
		Conduite de projets : formats télévisuels et multi-écrans	2	15
		Economie politique de l'image	3	15
		Formats sériels et stratégies éditoriales de l'image	3	15
UE3 Méthodologie et terrain	Promotion du film - Partenariat ENS Louis-Lumière	3	30	
	Méthodologie de la recherche	3	15	
		Relations contractuelles dans l'audiovisuel	2	15
Semestre 4	UE4 Recherche en SIC	Design graphique et montage vidéo	2	15
		Stratégies des acteurs de l'audiovisuel	2	15
		Mémoire (<i>recherche, professionnel, création</i>) - Texte	10	
		Mémoire (<i>recherche, professionnel, création</i>) - Soutenance	10	
		1 EC au choix Période d'insertion professionnelle (<i>3/6 mois - Rapport problématisé suite au stage ou au contrat de professionnalisation</i>) 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	6	