Université Paris Cité

MIIC

Master bilingue

« Intelligence et Innovation Culturelles »
Formation aux métiers de la stratégie sémiologique

Cultural Intelligence and Innovation
Semiotic Strategy
Trends, consulting, development, communication

2022-2023

SOMMAIRE

Présentation du cursus ……. p. 2

Détail des enseignements ……..... p. 3

Calendrier de l'année universitaire M2 …… p. 4

Assiduité et évaluation …… p. 6

Équipe pédagogique …… p. 7

Secrétariat du Master …… p. 8

Bibliographie sélective …… p. 9

Stages ……. p. 11

Alternance Master 2 …… p. 13

Bibliothèque universitaire / services d'appui aux étudiants / vie universitaire …… p. 14

Annexe 1 : Fiche d'évaluation du stage …… p. 15

Annexe 2 : Musées / centres d'art / lieux d'exposition …… P. 17

Annexe 3 : Plan du campus …… p. 18

Présentation du cursus

Le Master « Intelligence et innovation culturelles » fait acquérir aux étudiants les bases de l'analyse sémiologique, de la communication *online*, du *brand design*, de la prospective, de la rédaction (français / anglais) et de la communication. Les objectifs de la formation se déclinent comme suit :

- Savoir analyser les institutions culturelles et les média : leur positionnement symbolique et économique, leur stratégie de communication ;
- Comprendre la culture dans une économie mondialisée ;
- Maîtriser la communication contemporaine et les principes de base du *benchmarking* ;
- Connaître le fonctionnement des supports hypermédia (blogs / graphisme / intranet / web 2…) ;
- Savoir passer de l'analyse à l'action (conduite de projets) et de l'action à l'analyse (mémoire de stage) ;
- Initier l'étudiant à la conduite de projet innovant (planification, aide à la décision, business plan…).

Il vise l'acquisition de compétences actualisées dans le domaine de la culture visuelle, de la sémiologie, des pratiques culturelles contemporaines, de la transformation digitale, des métiers de la communication.

Structure de la formation

- La formation est intensive. Elle associe des enseignements théoriques, des ateliers pratiques et des interventions de professionnels. Les enseignements sont délivrés en français ou en anglais. Ils sont assurés par des enseignants des UFR d'Études anglophones et de Lettres, Arts, Cinéma et par des professionnels ;
- En M1 un stage est obligatoire. Il peut se dérouler en France ou dans un pays anglophone. En M2, la formation a lieu de préférence en alternance (contrat d'apprentissage ou contrat de professionnalisation).

* * *

Master 1

Semestre 1	Semestre 2
- UE1 : Analyse de la culture : fondements théoriques Penser la modernité (sociologie / philosophie / anthropologie…) - UE2 : Sémiologie appliquée / *brand design* I - UE3 : Histoire et métiers de la communication - Économie de la communication - Métiers de la communication : cartographie et méthodes I - UE4 : Techniques d'expression I - Techniques d'expression en anglais I - Techniques d'expression en français I - Communication et design numérique : outils et pratiques I - UE5 : Conduite de projet I - Initiation à la conduite de projet - Projets étudiants tutorés	- UE1 : Économie de la culture: enjeux et métiers Principes de l'action culturelle / nouveaux acteurs de la culture - UE2 : Sémiologie appliquée / *brand design* II - *Brand design* : comprendre l'univers de la marque - Principes du planning stratégique - UE3 : Techniques d'expression II - Techniques d'expression en anglais II - Techniques d'expression en français II - Communication numérique : outils et pratiques II - UE4 : Conduite de projet II - Conduite de projet : approfondissement - Principes budgétaires : établir un budget / un business plan (tendances muséales) - UE5 : Stage et retour d'expérience (4 à 6 mois de stage) - Évaluation par l'entreprise - Rapport de stage en anglais ou en français

Master 2

Semestre 3	Semestre 4
- UE1 : Comprendre la mondialisation I Culture et mondialisation : nouveaux concepts - UE2 : Études de marchés / prospective I - Nouveaux formats de la culture audio-visuelle - Nouveaux formats : pratiques, marchés - UE3 : Communication / économie numérique contemporaines : enjeux et pratiques I - Nouveaux enjeux de la communication contemporaine - Communication numérique : pratiques émergentes - UE4 : Techniques d'expression III - Techniques d'expression en anglais III - Techniques d'expression en français III - UE5 : Économie de l'incubation - Incubation de projet - Projets étudiants tutorés	- UE1 : Comprendre la mondialisation II - Cartographie des cultures émergentes - Nouveaux modèles de la curation : fondation, collectifs, festivals… - UE2 : Études de marchés / prospective II - Platform thinking from business to cities (enjeux, mutations, outils) - « Future insights » / prospective : techniques de modélisation - UE3 : Communication et économie numérique contemporaines : enjeux et pratiques II - Nouvelles frontières de l'économie connectée - Économie connectée : droits et contraintes règlementaires - UE4 : Techniques d'expression IV - Techniques d'expression en anglais - Techniques d'expression en français - UE5 : Retour d'expérience professionnelle (alternance ou stage de fin d'études) - Évaluation de l'alternance et V1 du rapport - Evaluation finale par l'entreprise - Rapport et soutenance

Détail des enseignements

Des modifications peuvent être introduites, en fonction des contraintes des intervenants professionnels.

MASTER 1

Semestre 1

— UE1 : Analyse de la culture : fondements théoriques — (coeff. 2) – 6 ECTS
Penser la modernité (sociologie / philosophie / anthropologie)
2h hebdomadaires pendant 11 semaines

— UE2 : Sémiologie appliquée / *brand design* I — (coeff. 2) – 5 ECTS
2h hebdomadaires pendant 11 semaines

— UE3 : Histoire et métiers de la communication — (coeff. 1) – 5 ECTS
— UE3 (1) : Économie de la communication
2h hebdomadaires pendant 11 semaines
— UE3 (2) : Métiers de la communication : cartographie et méthodes I
2h hebdomadaires pendant 11 semaines

— UE4 : Techniques d'expression I — (coeff. 3) – 8 ECTS
— UE4 (1) : Techniques d'expression en anglais I
2h hebdomadaires pendant 11 semaines

— UE4 (2) : Techniques d'expression en français I
2h hebdomadaires pendant 11 semaines
— UE4 (3) : Communication et design numérique : outils et pratiques I
2h hebdomadaires pendant 11 semaines

— UE5 : Conduite de projet I — (coeff. 2) – 6 ECTS
— UE5 (1) : Initiation à la conduite de projet
3h hebdomadaires pendant 11 semaines
— UE5 (2) : Projets étudiants tutorés

* * *

Semestre 2

— UE1 : Économie de la culture : enjeux et métiers — (coeff. 1) – 5 ECTS
Principes de l'action culturelle / nouveaux acteurs de la culture
2h hebdomadaires pendant 10 semaines

— UE2 : Sémiologie appliquée / *brand design* II — (coeff. 2) – 5 ECTS
— UE2 (1) : *Brand design* : comprendre l'univers de la marque
3h hebdomadaires pendant 10 semaines
— UE2 (2) : Principes du planning stratégique
2h hebdomadaires pendant 10 semaines

— UE3 : Techniques d'expression II — (coeff. 2) – 6 ECTS
— UE3 (1) : Techniques d'expression en anglais II
2h hebdomadaires pendant 10 semaines
— UE3 (2) : Techniques d'expression en français II
2h hebdomadaires pendant 10 semaines
— UE3 (3) : Communication et design numérique : outils et pratiques II
2h hebdomadaires pendant 10 semaines

— UE4 : Conduite de projet II — (coeff. 2) – 6 ECTS
— UE4 (1) : Conduite de projet : approfondissement
3h hebdomadaires pendant 10 semaines
— UE4 (1) : Principes budgétaires : établir un budget / un *business plan*
2h hebdomadaires pendant 6 semaines
— UE4 (1) : Projets étudiants tutorés

— UE5 : Stage et retour d'expérience (stage de 4 à 6 mois) — (coeff. 3) – 8 ECTS
— UE5 (1) : Évaluation par l'entreprise ou l'institution
— UE5 (2) : Rapport de stage en anglais ou en français

Calendrier de l'année universitaire Master 1

— Semestre 1 : 19 / 09 / 2022 — 09 / 12 / 2022
— Semestre 2 : 09 / 01 / 2023 — 10 / 03 / 2023

Vacances de Noël : Samedi 17 / 12 / 2023 — Lundi 02 / 01 / 2023 (au soir, mais les enseignements reprennent la semaine du 09 janvier 2023)

Période de stage : mi-mars 2023 – fin août 2023 (possibilité de débuter le stage à temps partiel début mars)

* * *

MASTER 2

Semestre 3

— UE1 : Comprendre la mondialisation I — (coeff. 2) – 6 ECTS
Culture et mondialisation : nouveaux concepts

— UE2 : Études de marchés / prospective I — (coeff. 2) – 6 ECTS
— UE2 (1) : Nouveaux formats de la culture audio-visuelle
— UE2 (2) : Nouveaux formats : pratiques, marchés

— UE3 : Communication / économie numérique contemporaine : enjeux et pratiques — (coeff. 2) – 6 ECTS
— UE3 (1) : Nouveaux enjeux de la communication contemporaine
— UE3 (2) : Communication numérique : pratiques émergentes

— UE4 : Techniques d'expression III — (coeff. 2) – 6 ECTS
— UE4 (1) : Techniques d'expression en anglais III
— UE4 (2) : Techniques d'expression en français III

— UE5 : Économie de l'incubation — (coeff. 2) – 6 ECTS
— UE5 (1) : Incubation de projet
— UE5 (2) : Projets étudiants tutorés

* * *

Semestre 4

— UE1 : Comprendre la mondialisation II — (coeff. 2) – 5 ECTS
— UE1 (1) : Cartographie des cultures émergentes
— UE1 (2) : Nouveaux modèles de la curation : fondations, collectifs, festivals…

— UE2 : Études de marchés / prospective II — (coeff. 2) – 5 ECTS
— UE2 (1) : Platform thinking from business to cities (enjeux, mutations, outils)
— UE2 (2) : « Future insights » / prospective : techniques de modélisation

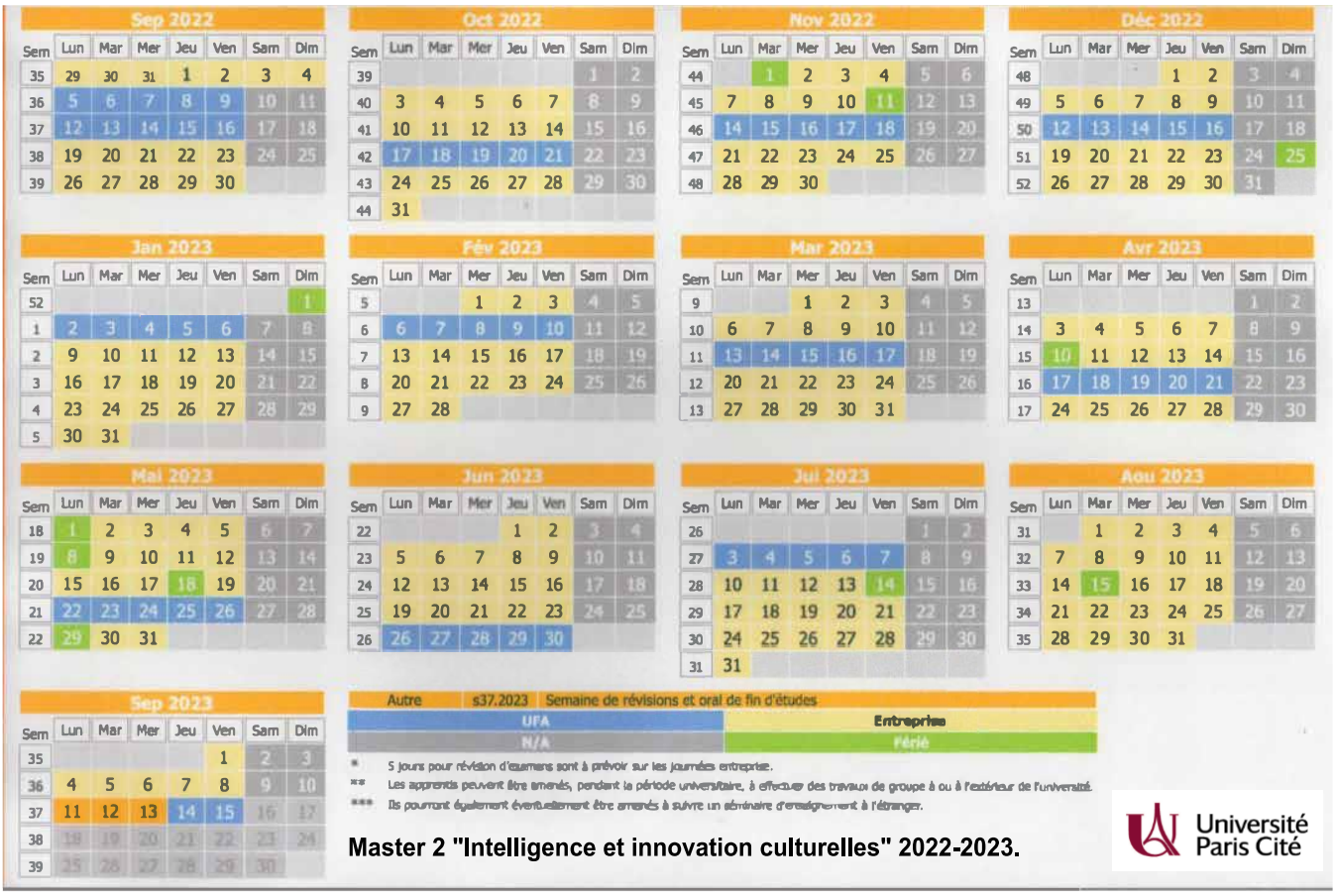
— UE3 : Communication et économie numérique contemporaines : enjeux et pratiques II — (coeff. 2) – 5 ECTS
— UE3 (1) : Nouvelles frontières de l'économie connectée
— UE3 (2) : Économie connectée : droits et contraintes réglementaires

— UE4 : **UE4 : Techniques d'expression IV** — (coeff. 2) – 5 ECTS
— UE4 (1) : Techniques d'expression en anglais IV
— UE4 (2) : Techniques d'expression en français IV

— UE5 : Retour d'expérience professionnelle (alternance ou stage de fin d'études) — (coeff. 3) – 10 ECTS
— UE5 (1) : Évaluation de l'alternance ou du stage de fin d'études et V1 du rapport
— UE5 (2) : Évaluation finale de l'entreprise ou de l'institution
— UE5 (3) : Rapport et soutenance de fin d'études

Calendrier de l'année universitaire Master 2

Tous les enseignements sont regroupés dans le cadre de semaines intensives.



- Début de la formation : lundi 05 septembre 2022.
- **Soutenance de fin d'étude** : 14-15 septembre 2023 (calendrier des soutenances connu en juin ou juillet 2023)

Assiduité et évaluation

<u>Assiduité</u>

Comme toutes les spécialités « Professionnalisante », le Master IIC impose le contrôle continu et donc l'assiduité aux enseignements. Les absences doivent être justifiées auprès de l'enseignant concerné. **Sauf cas de force majeure, plus de trois absences dans le semestre impliquera la non-validation de l'Unité d'Enseignement.**

<u>Évaluation :</u>

L'évaluation tient, dans tous les cas, compte de la qualité de l'expression et de la présentation, orales et écrites, comme de la qualité du contenu. Le cas échéant, la note sera décomposée en plusieurs segments tenant compte des différentes compétences évaluées (qualité de l'expression, structuration, qualité du contenu, etc).

Rappel de l'échelle des notes et des mentions :
10 — 11 : passable
12 — 13 : Assez bien
14 — 15 : Bien
16+ : Très bien

Les dates de remise des travaux écrits sont impératives.
Dans certains enseignements, des « pénalités » de retard pourront être appliquées
(— 1 point / 20 par journée de retard).

Équipe pédagogique

Baptiste Alberti, Project manager, Pernod Ricard

Sandeep Bakshi, Maître de Conférences, Études postcoloniales et études queer
UFR d'Études anglophones, université de Paris
sandeep.bakshi@univ-paris-diderot.fr

Fiona Bélier, Secrétaire générale, La Fabrique des formats
https://www.linkedin.com/in/fiona-bélier-4967843a/

Catherine Bernard, Professeur de littérature britannique et d'études visuelles, co-directrice du Master IIC
UFR d'Études anglophones, université de Paris
catherine.bernard@u-paris.fr

Martine Beugnet, Professeur d'études filmiques
UFR d'Études anglophones, université de Paris
martine.beugnet@univ-paris-diderot.fr

Charlotte Brohier, Cultural Foresight Planner, Pernod Ricard

Jhava Chikli, Co-founder et COO, Archive Valley
https://www.linkedin.com/in/jhava-chikli-60a022a6/

Philippe-Julien Denoun, Anthropologue, Fondateur et Directeur d'INIPI Conseil
https://www.linkedin.com/in/philippe-julien-denoun-09607818/?originalSubdomain=fr

Xavier Eutrope, Rédacteur La Revue des médias, INA
https://www.linkedin.com/in/xaviereutrope/?originalSubdomain=fr

Clémence Folléa, Maître de Conférences en études visuelles et nouveaux médias
UFR d'Études anglophones, université de Paris
clemence.follea@univ-paris-diderot.fr

Alexandre Giusti, responsable projet alumni, université de Paris
https://www.linkedin.com/in/alexandre-giusti-9171b6121/

Daphnée Hor, Head of Cultural Foresight, Pernod Ricard

Ariane Hudelet, Maître de Conférences en études visuelles
UFR d'Études anglophones, université de Paris

Daniel Jean, Maître de conférences en littérature britannique
UFR d'Études anglophones, université de Paris

Willy Lauth, Planneur stratégique, Werkstatt
https://www.linkedin.com/in/willy-lauth-853100a4/

Mathilde Lucchini, chargée de projet relation clients
Centre Pompidou, Paris
https://www.linkedin.com/in/mathilde-lucchini-250785a4/

Stéphanie Masson, scénariste, consultante en médiation culturelle
https://www.linkedin.com/in/stéphanie-masson-01172740/

Rhett Morgan, Communications Officer, BNP Paribas
https://www.linkedin.com/in/rhettemorgan/

Estelle Murail, Maître de Conférences en littérature britannique
Institut Catholique de Paris

César Restrepo, Creative Director at EPOKA
https://www.linkedin.com/in/cesar-restrepo-b5715b22/

Aude-Marguerite Schmitt, Directrice Conseil Stratégie & Développement, EPOKA
https://www.linkedin.com/in/aude-marguerite-schmitt-b6539249/

Vincent Terrasse, Marketing and Advertising Consultant, Professeur à Sciences Po Paris
https://www.linkedin.com/in/vincent-terrasse-77b58b/

Sara Thornton, Professeur de littérature et culture anglophone, co-directrice du Master IIC
UFR d'Études anglophones, université de Paris
sara.thornton@univ-paris-diderot.fr

Florent Trainaud, Copywriter at LaPetiteGrosse
https://www.linkedin.com/in/florent-trainaud-52a5a882/

Katrine Vincent, Directrice Études, Planning stratégique et Data mining, ISOSKELE
https://www.linkedin.com/in/katrine-vincent-11355242/

Secrétariat du Master

Sophie Rouquette, UFR d'Études anglophones
sophie.rouquette@u-paris.fr
Tél : 01 57 27 58 50
Bureau 448 (4e étage, bâtiment Olympe de Gouges)
Boîte aux lettres « Concours » Sophie Rouquette
(4e étage, bâtiment Olympe de Ghouges, à côté du secrétariat du Master)

Bibliographie sélective

Les textes assortis d'un ***** constituent des textes de référence.

— Ahmed, Ajaz et Stefan Olander, *Velocity. The Seven Laws for a World Gone Digital*, Londres : Vermilion, 2012.

— Appadurai, Arjun, *The Social Life of Things : Commodities in Cultural Perspective*, Cambridge : C.U.P., 1988.

———, *Modernity at Large : Cultural Dimensions of Globalization*, Minneapolis : University of Minnesota Press, 1996.

— Augé, Marc, *Non-lieux. Introduction à une anthropologie de la surmodernité*, Paris : Seuil, 1992 ; trad. anglaise, *Non Places. An Introduction to Supermodernity*, Londres : Verso, 2008.

———, *Pour une anthropologie des mondes contemporains*, [1994] Paris : Aubier / Champs Flammarion, 1999.*****

— Barthes, Roland, *Mythologies*, [1957] Paris : Seuil, coll. Points, 1970.*

— Berger, John, *Ways of Seeing*, 51972] Londres : Penguin, 1990.*

— Boltanski, Luc et Ève Chiapello, *Le nouvel esprit du capitalisme*, Paris : Gallimard, coll. Tel, 2011.

— Cardon, Dominique, *Culture numérique*, Paris: Presses de Sciences Po, 2019.

— Daumas, Jean-Claude, *La Révolution matérielle. Une histoire de la consommation (France, XIXe – XXIe siècles)*, Paris: Flammarion, 2018.

— de Baynast, Arnaud et Jacques Lendrevie, , *Mercator*, 12e édition, Paris : Dunod, 2017.*

— Elliott, Anthony et John Urry, *Mobile Lives*, New York and Londres : Routledge, 2010.*****

— Erner, Guillaume, *La mode des tendances*, Paris : PUF, 2011.

— Floch, Jean-Marie, *Sémiotique, marketing et communication. Sous les signes, les stratégies*, Paris : PUF, 2002.

———, *Identités visuelles*, 1995, Paris : PUF, 2e édition, 2010.

— Hall, Stuart (ed.), *Representation : Cultural Representations and Signifying Practices*, Londres : Sage, 1997.

— Heilbrunn, Benoît, *La marque*, Paris : PUF, coll. Que-sais-je ?, 2e édition, 2010.*****

———, *La consommation et ses sociologies*, Paris : Armand Colin, 2e édition, coll. 128, 2010.

— Heinich, Nathalie, *De la visibilité. Excellence et singularité en régime médiatique*, Paris : Gallimard, 2012.

— Jameson, Fredric, *Postmodernism, or, the Cultural Logic of Late Capitalism*, Londres : Verso, 1991 ; particulièrement le chapitre donnant son titre à l'ouvrage.

———, *The Cultural Turn*, Londres : Verso, 1998.

— Lash, Scott et Celia Lury, *Global Culture Industry: The Mediation of Things*, Cambridge: Polity, 2005.*****

— Lipovetsky, Gilles et Jean Serroy, *L'esthétisation du monde : Vivre à l'âge du capitalisme artiste*, Paris : Gallimard, 2013.

— Maffesoli, Michel, *Imaginaire et postmodernité*, Paris : Manucius, 2013.

— McLuhan, Marshall, *Understanding Media : The Extensions of Man*, [1964] Cambridge [Mass.] : MIT Press, 1994 ; trad. française, *Pour comprendre les média : les prolongements technologiques de l'homme*, Paris : Le Seuil, coll. Points, 1977.

— Papasteriagis, Nikos, *Cosmopolitanism and Culture*, Londres : Polity Press, 2012.

— Pine II, B. Joseph & James H. Gilmore, *The Experience Economy*, Boston : Harvard University Press, 2011.

— Reeves Byron et Clifford Nass, *The Media Equation: How People Treat Computers, Television and New Media Like Real People and Places*, New York : Cambridge University Press, 1997.

— Rosa, Hartmut, *Towards a Critical Theory of Late-Modern Temporality*, Arhus : Nordic Summer University Press, 2010 ; trad. française, *Aliénation et accélération. Vers une théorie critique de la modernité tardive*, Paris : La Découverte, 2012.

— Salmon, Christian, *Storytelling. La machine à fabriquer des histoires et à formater les esprits.* Paris : La Découverte, 2008.

— Stiegler, Bernard (ed.), *Digital Studies. Organologie des savoirs et technologies de la connaissance*, Paris : FYP Editions, 2014.

— Urrichio, W. *Media, Simultaneity, Convergence : Culture and Technology in an Age of Intermediality*, Utrecht: U. d'Utrecht, 1997.

Et sur la question de l'économie digitale :

http://www.idate.org

Sites d'agences à consulter régulièrement :

http://www.peclersparis.com/

http://www.publicisgroupe.com

https://www.tbwa-paris.com/fr

https://bbdo.com

https://www.ogilvy.com

http://johannesleonardo.com

http://www.wk.com

https://www.ladn.eu

http://www.influencia.net

Sites presse à consulter régulièrement

The Guardian : http://www.theguardian.com/uk

Le Monde : http://www.lemonde.fr

Stages

Organisation générale :
— En Master 1, les stages peuvent durer de 4 à 6 mois. Les stages de moins de 2 mois ne sont pas rémunérés.
— En Master 2, les étudiants qui n'effectuent pas leur année de M2 en alternance peuvent effectuer deux stages longs. Ils devront être effectués à temps partiel, afin de pouvoir respecter les semaines de formation.

ATTENTION !
En M1 LES STAGES DOIVENT TOUS SE TERMINER AVANT LE 31 AOÛT 2023.
AUCUNE EXTENSION DE STAGE NE SERA POSSIBLE EN SEPTEMBRE.

— Tous les stages doivent faire l'objet d'une convention tripartite entre l'employeur, l'université et le / la stagiaire.

— La durée du temps de travail hebdomadaire ne doit pas excéder 35h.
— La durée cumulée de travail ne peut excéder 924 heures.
— Vous pouvez effectuer une partie de votre stage à temps partiel, puis le reste à temps complet.
Dans ce cas, il est important d'indiquer clairement sur la convention de stage :
- les dates des périodes respectives à temps partiel et à temps plein ;
- les jours de la semaine durant lesquels vous serez présent.e dans l'entreprise ;
- le nombre d'heures hebdomadaires de travail durant la période à temps partiel.

— Les conventions de stages doivent être validées en
- 1) par l'employeur (représentant de l'entreprise [case 1] et le / la maître de stage [case 3]) ;
- 2) par un enseignant référent (Catherine Bernard ou Sara Thornton) ;
- 3) par le service responsable des stages à l'université.

— Il est impératif que l'employeur appose le cachet de l'entreprise dans la case 1. À défaut de cachet, il / elle devra envoyer un mail à Catherine Bernard indiquant que l'entreprise ne dispose pas de cachet.
Les conventions sont téléchargeables à l'adresse suivante :
https://u-paris.fr/faire-un-stage/

Dans tous les cas : avant de valider votre convention avec votre employeur, il est nécessaire de soumettre votre projet et les dates du stage aux deux référents « stages » du cursus (Sara Thornton et Catherine Bernard).

ATTENTION !
Aucun stage ne peut commencer avant que votre enseignant référent et la Directrice de l'UFR n'aient validé et signé la convention.
C'est votre responsabilité et celle de l'employeur qui sont engagées.

Les conventions doivent indiquer clairement les **missions** qui vous seront confiées. Vous devez apporter une attention particulière à la description des **compétences** qui seront acquises. Elles doivent être indiquées dans la zone correspondante de la convention. Il peut être utile de discuter de ceci avec le bureau des stages.
Merci de soigner le tirage papier des trois exemplaires de la convention.

MODIFICATION DE LA CONVENTION / STAGE ÉCOURTÉ :
si vous souhaitez mettre un terme à votre stage avant la fin, vous devez faire signer un « avenant à la convention de stage » par l'employeur et l'enseignant référent en trois exemplaires.
Il convient de joindre une copie de la convention de stage originale.

Stages à l'étranger
— Conventions à renseigner sur la page suivante :
https://u-paris.fr/stage-a-letranger/
— En M1 vous pouvez effectuer un stage à l'étranger durant le second semestre (en fonction des directives de l'université). Vérifiez les modalités d'attribution d'un visa « Stages », si vous postulez hors de la zone Schengen. Dans le cas où vous voulez effectuer un stage aux USA ou au Royaume Uni, vous devrez obtenir un visa « stages ». Une aide à la mobilité peut vous être attribuée par l'université. Le logement, dans le cas des stages à l'étranger, sera à votre charge.

Conseils pour la rédaction du rapport de stage :
Le rapport de stage est un document personnalisé qui rend compte de votre expérience en entreprise ou dans une institution. Le stage est considéré par vos évaluateurs comme une étape décisive de votre formation. Votre rapport devra donc mettre en avant ce que vous avez appris (savoirs et savoir-faire). Il peut être rédigé en français ou en anglais (à décider avec votre tuteur de stage). Votre rapport de stage doit avoir été soumis à votre maître de stage (sur votre lieu de stage) pour validation avant sa finalisation et son envoi.
Voici quelques conseils vous permettant d'anticiper sur le travail de rédaction final :

- Tenir un « journal de bord » pendant le stage
  Tenir un « journal de bord » pendant le stage permet de lister les travaux que vous réalisez dans le cadre de votre mission. Vous pourrez utiliser les notes de ce journal dans votre rapport de stage et ainsi gagner du temps sur la rédaction. Vos informations seront également plus précises.
- Bonne longueur d'un rapport de stage
  En moyenne, un rapport de stage tient sur une quinzaine de pages (annexes comprises).
- Organisation du rapport
  Il n'existe pas de plan « type », mais vous pouvez appliquer une organisation « standard » à votre rapport. Votre rapport doit contenir les éléments suivants :
  1. Page de garde. Logo de l'université (attention à le présenter correctement) et du cursus MIIC. Vos nom et prénom. Intitulé du poste. Dates du stage. Nom de l'entreprise avec éventuellement son logo. Coordonnées de votre lieu de stage. Nom et fonction de votre maître de stage en entreprise/organisation publique, son adresse mail.
  2. Plan détaillé. Le plan peut être organisé en deux ou trois parties avec une introduction et une conclusion. Chaque partie contient plusieurs paragraphes numérotés (1 > 1.1 > 1.2, etc.)
     Exemple :
     1. Sommaire. C'est la « vitrine » de votre mémoire. Il reflète le contenu et permet à l'évaluateur de juger votre travail. Numérotez les parties, sections, paragraphes afin d'obtenir une bonne lisibilité.
     3. Introduction : contexte du stage (un paragraphe pour expliquer le comment et le pourquoi du stage et son lien avec votre projet professionnel).
     4. Description de l'entreprise ou de l'institution : secteur d'activité, types de services proposés, organisation interne, etc.
     5. Description de vos activités : tâches réalisées, outils à votre disposition, apport de vos travaux à l'entreprise. Savoir-faire acquis.

6. Conclusion : vous situerez ce stage dans le cadre de votre cursus au sein du MIIC. Vous ferez la synthèse des nouvelles compétences acquises. Il est important de mettre en valeur les bénéfices de ce stage dans le cadre de votre formation.
7. Éléments facultatifs : les annexes (graphiques, tableaux mentionnés dans votre rapport, images). Glossaire (termes techniques utilisés), parfois situé en début de rapport. Bibliographie complète (livres, articles mentionnés dans le rapport).

Style et mise en forme d'un rapport de stage

- Style : phrases courtes et simples. Votre argumentaire doit être rédigé dans une langue rigoureuse et riche. Votre rapport de stage sera évalué aussi sur la qualité de l'expression. Faites une relecture très attentive.
- Mise en forme : utiliser une seule police de caractère (Times New Roman 11, Arial 11). Les titres des parties sont placés en gras et en gros caractères (16). Les titres des paragraphes/sous-parties sont placés en gras en caractères intermédiaires (13)
- Interligne : un espace interligne de 1,5 cm suffit.
- Consultez les rapports et présentations qui circulent dans votre entreprise ou institution. Vous pourrez vous en inspirer pour la mise en forme et le style de votre rapport.

Il n'y a pas de soutenance de stage à l'issue du Master 1
Pour le Master 1 le rapport est à envoyer au format Pdf à Sara Thornton et Catherine Bernard début juillet (date à confirmer) ;

Master 2 : oral de fin d'études et soutenance (contrats en alternance et stages)
Celle-ci se fera, dans la mesure du possible, devant votre maître d'alternance (si il / elle est disponible) et votre enseignante référente en septembre. Vous présenterez, en français ou en anglais (le choix de la langue vous est laissé), votre mission et reprendrez les enseignements que vous en avez tirés, en quinze minutes, ppt. à l'appui. Cette présentation sera suivie d'un entretien en français et en anglais avec vos tuteurs. La qualité de votre présentation comptera aussi dans l'évaluation finale.
Le planning des soutenances vous sera communiqué dans la première quinzaine de juillet. Merci de préciser à Catherine Bernard les contraintes professionnelles de calendrier que vous pourriez avoir durant la quinzaine des soutenances.
Le rapport est à envoyer cinq jours ouvrés avant la date de la soutenance. Il est inutile de nous apporter un exemplaire papier le jour de la soutenance.

Sites utiles
https://www.profilculture.com
https://www.indeed.fr/Emplois-Jobs-France

Alternance Master 2

L'année de Master 2 s'effectue de préférence dans le cadre d'un contrat en alternance :
— Apprentissage
— Contrat de professionnalisation

L'apprenti.e est rattaché.e au Centre des Formation de Apprentis FormaSup :
https://www.formasup-paris.com/

La recherche d'un contrat en alternance peut débuter dès le mois de janvier.
Les sites comme "ProfilCulture" ou le réseau LinkedIn recensent les offres de contrats en alternance, mais il est aussi très utile de faire agir ses contacts et de solliciter l'équipe pédagogique.

Bibliothèque universitaire / Services d'appui aux étudiants / vie étudiante

- Bibliothèque universitaire des Grands Moulins
  Grands Moulins. Inscription avec votre carte d'étudiant.e

- Centre de Ressources en Langues (CRL) : 2e étage bâtiment Olympe de Gouges

- Bureau des relations internationales (BRI) : Grands Moulins, 2e étage, aile A.

- La culture à l'université : Service culture : cour des Grands Moulins, RDC, le Loft.

- Vie étudiante / associations étudiantes : Bureau de la vie étudiante
  Cour des Grands Moulins, RDC, le Loft
  https://u-paris.fr/vie-associative/

- Service des sports
  RDC Bâtiment Sophie Germain
  https://u-paris.fr/faire-du-sport/

- Médecine préventive étudiante
  Service Inter Universitaire Médecine Préventive et Promotion de la Santé (S.I.U.M.P.P.S.)
  Bât. Sophie Germain - rdc sur cour
  8 Place Aurélie Nemours
  01 57 27 94 60
  https://u-paris.fr/sante-prevention/

* * *

Vous devrez vous enregistrer dans **l'Environnement Numérique de Travail (ENT).** Vous obtiendrez une adresse électronique spécifique à l'Université de Paris.
Elle vous permettra d'avoir accès à la plateforme d'enseignement en ligne : Moodle.

ANNEXE 1

Fiche d'évaluation du stage

STAGE PROFESSIONNEL Fiche individuelle d'évaluation à établir par le/la maître de stage et à retourner au format Pdf à :
Catherine BERNARD, co-directrice du Master IIC :
catherine.bernard@univ-paris-diderot.fr

L'équipe du Master 1 bilingue « Intelligence et innovation culturelles » vous remercie d'avoir accueilli notre étudiant.e ci-dessous nommé.e dans votre entreprise pour effectuer son stage obligatoire.

NOM DE L'ÉTUDIANT.E : PRÉNOM :

DIPLÔME PREPARÉ : Master 1 bilingue « Intelligence et innovation culturelles »

NOM ET ADRESSE DE L'ENTREPRISE OU DE L'INSTITUTION :

NOM DU/DE LA RESPONSABLE DU STAGE :
TEL :
Dates du stage : du au

Nature des tâches confiées au / à la stagiaire :

Nous vous remercions vivement de votre collaboration et de l'intérêt que vous manifestez pour notre formation.

Catherine Bernard
Professeur de littérature britannique et d'études visuelles
Directrice adjointe du Master bilingue IIC

Commentaires du Maître du stage :

	Excellent	**Très satisfaisant**	**Satisfaisant**	**Insuffisant**	**Très insuffisant**
Ponctualité					
Rigueur					
Capacité d'observation					
Esprit d'initiative					
Capacité d'adaptation					
Capacité à mobiliser ses compétences					
Qualités rédactionnelles (si applicable)					
Qualités relationnelles					
Dynamisme					
Appréciation globale					

Annexe 2

MUSÉES / CENTRES D'ART / LIEUX D'EXPOSITIONS

— Centre Pompidou : musée national d'art moderne, expositions, bibliothèque publique…
https://www.centrepompidou.fr

— Le Palais de Tokyo : art contemporain, conférences, lieu d'expérimentation.
13 Avenue du Président Wilson, Paris 16e
http://www.palaisdetokyo.com

— Musée d'art moderne de la ville de Paris : expositions d'art moderne…
11 Avenue du Président Wilson, Paris 16e
http://www.mam.paris.fr

— Centquatre : expositions d'art contemporain, incubateur de projets culturels, débats…
5 rue Curial, Paris 19e
http://www.104.fr

— Fondation Cartier pour l'art contemporain : art contemporain, musique, urbanisme, architecture… 261 Boulevard Raspail, Paris 14e
http://fondation.cartier.com

— Fondation Louis Vuitton : collection d'art moderne et contemporain de la Fondation Louis Vuitton 8, Avenue du Mahatma Gandhi, Bois de Boulogne, Paris 16
http://www.fondationlouisvuitton.fr

— Le Bal : expositions d'art contemporain (photographie et installations photographiques), lab…
6, Impasse de la Défense, Paris 18e
http://www.le-bal.fr

— Le Jeu de Paume : expositions d'artistes photographes
Jardin des Tuileries, métro Concorde
http://www.jeudepaume.org

— Maison Européenne de la photographie : la photographie sous toutes ses formes
5-7 rue de Fourcy, Paris 4e
https://www.mep-fr.org

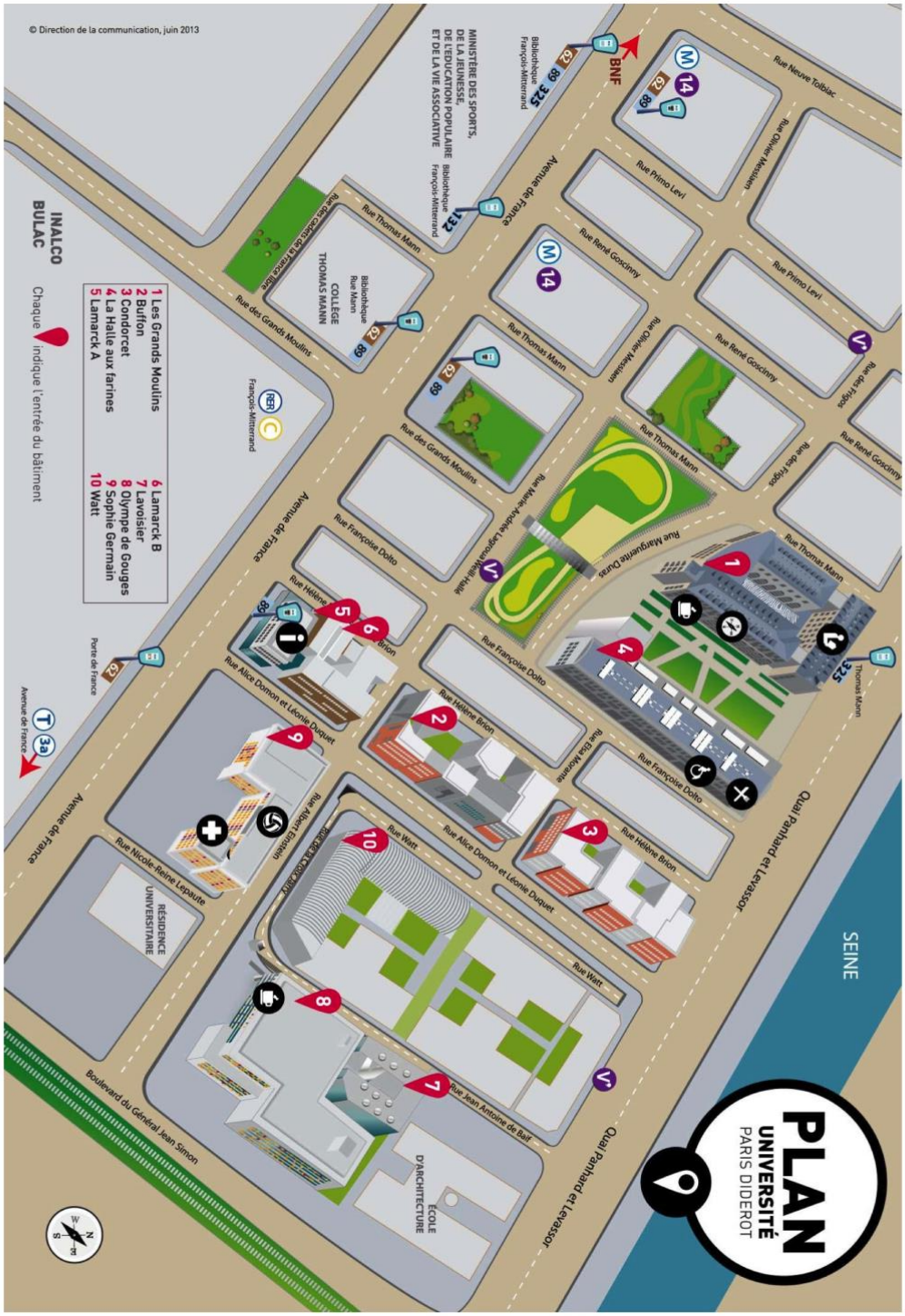
— Musée du Quai Branly : arts premiers, expositions d'art contemporain en lien avec les arts premiers 37 Quai Branly, Paris 7e
http://www.quaibranly.fr

— La Cinémathèque française 51 rue de Bercy, parc de Bercy
http://www.cinematheque.fr

— Forum des images
Forum des Halles, Paris 1e
http://www.forumdesimages.fr

Annexe 3

PlAN DU CAMPUS



Métro Ligne 14 : Bibliothèque François Mitterand / RER Ligne C : Bibliothèque François Mitterand
Tram Ligne T3 : Avenue de France / Bus : 89, 62, 64, 325