

Master LLCER – Parcours : Master International Innovation Culturelle et Communication

ARTS, LETTRES, LANGUES

Présentation

En prise directe avec les stratégies de l'innovation, ce master forme les étudiants aux métiers de la communication, du planning stratégique, de la stratégie de marque, de la prospective, de l'analyse des tendances.

Cette formation bilingue est assurée par des professionnels des médias, des technologies du web, du monde de la culture, et des spécialistes de sémiologie et d'études visuelles. Elle s'appuie sur les recherches les plus récentes dans le domaine des pratiques digitales, de l'analyse de la culture mondialisée et de la sémiologie pour former les étudiants à l'analyse des pratiques culturelles et des pratiques de consommation contemporaines.

Elle permet l'acquisition de compétences clés des métiers de l'innovation : décryptage des pratiques culturelles, compréhension des stratégies de marques et des mutations de la culture digitale, analyse des enjeux de la mondialisation. Au cours de la formation, des ateliers de conduite de projets, assurés par des intervenants professionnels, offrent aux étudiants des mises en situation professionnalisantes de haut niveau.

Un contact soutenu avec des entreprises innovantes (agences de communication, cabinets de stratégie marketing, sociétés de production audio-visuelle, musées...) ouvrent les étudiants à un large spectre de métiers. Un stage long est réalisé dès le master 1 et prépare au Master 2.

En M2 ce master est réalisé en alternance, dans le cadre de contrats d'apprentissage ou de contrats de professionnalisation.

OBJECTIFS

- Maîtriser les enjeux et les outils de la communication contemporaine, en particulier digitale ;
- Maîtriser les techniques du *brand design*, de l'analyse des marques, de la prospective (*insights*) ;
- Développer de solides compétences dans le domaine de la conduite de projet ;
- Initier les étudiant.e.s aux techniques de la communication audio-visuelles (écriture audiovisuelle / podcasts / vidéo...) ;
- Initier les étudiant.e.s aux enjeux des métiers de la culture (musées : services communication et des publics...) ;
- Ouvrir les étudiant.e.s aux enjeux professionnels contemporains : intraprenariat...
- Faire acquérir des capacités d'analyse et de synthèse de haut niveau, en lien avec une solide culture générale et une solide connaissance des enjeux du monde contemporain ;
- Développer des compétences de haut niveau dans le domaine de la production de contenus en français et en anglais : print / audio-visuels / numériques.

COMPÉTENCES VISÉES

- Excellente maîtrise de la langue anglaise écrite et orale (niveau C1 / C2 du CERL) ;
- Capacité à élaborer des contenus en français et en anglais (écrits / oraux / visuels) afin de contribuer à la réalisation des projets ;

Pour en savoir plus, rendez-vous sur > u-paris.fr/choisir-sa-formation

- Capacité à mobiliser les outils d'analyse (sémiologie / sociologie / analyse des médias...) afin de détecter et d'évaluer les évolutions du marché, des tendances, des usages, des comportements de consommateurs, clients ou usagers et l'émergence de nouveaux marchés ;
- Compétences dans le domaine du *brand design* et de l'analyse des marques ;
- Connaissance avancée de la culture numérique afin d'élaborer des stratégies de communication online ;
- Compétences professionnelles dans la conduite et la coordination de projets ;
- Connaissance des enjeux de la culture contemporaine dans un contexte mondialisé.

Programme

ORGANISATION

Les enseignements débutent au début du mois de Septembre.

Le planning et le contenu de la formation sont accessibles sur la brochure de formation

M1: cours de septembre à début mars, puis stage de 4 à 6 mois.

M2: contrat en alternance.

Rythme: 3 semaines en entreprise et 1 semaine à l'université. La formation débute et se clôt par deux semaines de cours (en septembre et en juin-juillet).

Méthodes pédagogiques : cas pratiques / études de cas / travaux et présentations en groupes / production de contenus: écrits, visuels (vidéos)... en français et en anglais / travaux de veille sectorielle / revues de presse. Mise à disposition des supports en ligne

M1

- Introduction aux métiers de la communication
- Sémiologie appliquée / *Brand design*
- Analyse de la culture contemporaine et de l'économie de la culture
- Communication numérique : SEO...
- Production de contenus (français / anglais) / design graphique
- Initiation à la conduite de projets

M2

- Culture visuelle et communication
- Communication numérique
- Prospective / « Future insights »
- Initiation à l'accompagnement du changement
- Économie de l'incubation : conduite de projets et intraprenariat
- Analyse du monde contemporain

TUTORAT

Un suivi individualisé est assuré par les deux directrices du parcours, tant en M1 qu'en M2.

STAGE

Stage : Obligatoire

Durée du stage : 4 à 6 mois en M1 / Contrat en alternance en M2

Stages et projets tutorés :

Pour en savoir plus, rendez-vous sur > u-paris.fr/choisir-sa-formation

L'année de M1 inclut obligatoirement un stage de 4 à 6 mois, entre mars et août.

L'année de M2 s'effectue en alternance (contrat en apprentissage ou contrat de professionnalisation)

Chaque stagiaire ou alternant.e est suivi.e par un/une enseignant.e référent.e.

Chaque année inclut des projets tutorés – montage et suivi de projets – accompagnés par des intervenant.e.s professionnel.le.s et des chercheur.e.s dans le domaine de la culture visuelle.

Admission

Le « Master International Innovation culturelle et Communication » ouvert aux étudiant.e.s issu.e.s de Licences des domaines suivants :

- LLCER : Langues, littératures, civilisations étrangères et régionales, en priorité parcours « Anglais »

- Lettres

- Sciences humaines et sociales

- Droit, économie, gestion

Une très bonne maîtrise de l'anglais est exigée. Niveau C1 / C2

PRÉ-REQUIS

En M1 : Licence dans les domaines et parcours suivants

- LLCER : Langues, littératures, civilisations étrangères et régionales, en priorité parcours « Anglais »

- Lettres

- Sciences humaines et sociales

- Droit, économie, gestion

En M2 : M1 LLCER anglais en priorité, M1 Lettres, M1 SHS, M1 économie gestion.

ATTENDUS

Niveau de français : en M1 comme en M2 : niveau C1/C2. De très bonnes compétences rédactionnelles en français sont requises.

LES CLEFS DE LA RÉUSSITE

Esprit de curiosité, rigueur, adaptabilité.

Droits de scolarité :

Les droits d'inscription nationaux sont annuels et fixés par le Ministère de l'Enseignement Supérieur de la Recherche. S'y ajoutent les contributions obligatoires et facultatives selon la situation individuelle de l'étudiant.

Droits de scolarité pour les étudiants hors UE.

Des frais de formation supplémentaires peuvent s'appliquer au public de formation professionnelle. Plus d'informations [ici](#).

Et après ?

Pour en savoir plus, rendez-vous sur > u-paris.fr/choisir-sa-formation

POURSUITES D'ÉTUDES

- Masters complétant la formation professionnelle (Marketing digital /RSE / développement durable / accompagnement du changement...):

- Doctorat : l'accès au Doctorat est possible sous condition que l'étudiant.e détenteur.trice du grade de Master bilingue « Intelligence et innovation culturelles » ait obtenu une dérogation du conseil d'admission de l'ED de rattachement et, le cas échéant, après avis de la Commission de la Recherche de l'établissement de rattachement.

TAUX DE RÉUSSITE

Taux de réussite à la fin du M2 : Entre 95% et 100%

DÉBOUCHÉS PROFESSIONNELS

* Métiers de la communication :

- Communication externe (publicité, planning stratégique, relations presse, relations publiques, événementiel) et interne ;

- Communication digitale / SEO

* Métiers de la publicité, du marketing et de la veille prospective (stratégie de marque, tendances, analyse des modes de consommation et des pratiques culturelles).

* Secteurs d'activité :

- Agences de communication (pub/360)

- Agences de communication digitale / SEO

- Agences de communication corporate
- Départements de communication interne
- Agences média et média digital
- Agences d'événementiel
- Services des publics (musées, centres d'art...)
- Agences de tendances
- Services des partenariats

* Types d'emplois accessibles :

- Chargé.e de communication
- Community Manager
- Concepteur rédacteur
- Social Media manager
- Brand manager
- Planner stratégique
- Consultant.e en agence de publicité
- Chef.fe de projet digital
- Chef.fe de projet événementiel
- Chargé.e des partenariats

Contacts

Pour en savoir plus, rendez-vous sur > u-paris.fr/choisir-sa-formation

Responsable du parcours

Catherine Bernard
catherine.bernard@u-paris.fr

Responsable du parcours

Sara Thornton
sara.thornton@u-paris.fr

Contact administratif

Sophie Duboeuf Rouquette
01 57 27 58 50
sophie.rouquette@u-paris.fr

entre 15 et 20 en M1 ; entre 20 et 25 en M2

Lieu de formation

Campus des Grands Moulins

En bref

Composante(s)

UFR Études Anglophones

Niveau d'études visé

BAC +5 (niveau 7)

ECTS

120

Public(s) cible(s)

- Étudiant
- Apprenti - Alternant
- Demandeur d'emploi

Modalité(s) de formation

- Formation initiale
- Formation en alternance
- Formation professionnelle

Validation des Acquis de l'Expérience

Oui

Langue(s) des enseignements

- Français
- Anglais

Capacité d'accueil

Pour en savoir plus, rendez-vous sur > u-paris.fr/choisir-sa-formation