

Master Langues, Littératures et Civilisations Etrangères et Régionales parcours Etudes Anglophones : Intelligence et Innovation Culturelles

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 très professionnalisantes.

Un contact soutenu avec des entreprises innovantes (start-up, agences de tendance et de communication, cabinets de stratégie marketing...) 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.

Retrouvez des témoignages en ligne d'anciens étudiants du Master bilingue IIC sur le [site des alumni du parcours](#) à destination des futurs étudiants ainsi qu'en vidéo sur Campus Channel :

OBJECTIFS

- Maîtriser les enjeux de la communication contemporaine : print / audio-visuelle / digitale ;
- Initier les étudiant.e.s aux enjeux des métiers de la culture ;
- 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 ;
- Amener les étudiant.e.s à maîtriser les enjeux de la culture numérique : SEO, *platform thinking*...
- Développer des compétences de haut niveau dans le domaine de la production de contenus en français et en anglais : print / audio-visuels / numériques ;
- Développer de solides capacités dans le domaine de la conduite de projet ;

COMPÉTENCES VISÉES

- Excellente maîtrise de la langue anglaise écrite et orale (niveau C1 du CERL) ;

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

- Connaissance des enjeux de la culture contemporaine, en particulier dans sa composante anglophone, et plus largement dans un contexte mondialisé ;
- Capacité à mobiliser les outils d'analyse (sémiologie / sociologie / analyse des médias....) afin de détecter et d'évaluer les évolutions du marché, de tendances, d'usages, de comportements de consommateurs, clients ou usagers et l'émergence de nouveaux marchés ;
- Capacité à élaborer des contenus en français et en anglais (écrits / oraux / visuels) afin de contribuer à la réalisation des projets ;
- Connaissance avancée de la culture numérique afin d'élaborer des stratégies de communication online ;
- Compétences professionnelles de rigueur et de management afin d'élaborer et de réaliser les projets.

Programme

ORGANISATION

- En M1, la formation combine un enseignement à temps plein et un stage à temps plein (6 mois) durant la seconde moitié de l'année.

Nombre d'heures d'enseignement : 459h + stage de 6 mois

- En M2, la formation combine enseignements et expérience professionnelle, dans le cadre, soit d'un contrat en apprentissage, soit d'un contrat de professionnalisation, soit d'un stage (6 mois).

Nombre d'heures d'enseignement : 423h + expérience professionnelle

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 / 6 mois en M2

Stages et projets tutorés :

L'année de M1 inclut obligatoirement un stage de 4 à 6 mois.

L'année de M2 inclut obligatoirement un stage de 6 mois, si

l'année de M2 n'est pas effectuée en alternance.

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 un/une intervenant.e professionnel.le.

Admission

Le parcours s'adresse en priorité aux étudiants issus de Licence du domaine « **Lettres, Arts, et Langues** », ainsi que des domaines « **Sciences humaines et sociales** » et « **Droit, économie, gestion** », qui maîtrisent l'anglais et visent une insertion dans le secteur des métiers de la culture, de la communication, du numérique.

PRÉ-REQUIS

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

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

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

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

Les clés de la réussite : esprit de curiosité, rigueur, adaptabilité.

Date de début de candidature : 23 avr. 2021

Date de fin de candidature : 31 mai 2021

Et après ?

POURSUITE D'ÉTUDES

- Masters complétant la formation professionnelle (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

90-100%

INSERTION PROFESSIONNELLE

* Métiers de la communication :

- Communication externe (publicité, relations presse, relations publiques et événementiel d'entreprise à des fins de promotion externe) et interne;

- Communication online (actions liées au multimédia, site web, portails, etc.).

* 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 : relations publiques / communication corporate ou interne / stratégie de marques / publicité / économie numérique / rédaction (print / online) / événementiel / économie de la culture

* Types d'emplois accessibles :

Chef de projet marketing et communication / Planner stratégique / Responsable en veille stratégique / Chargé.e d'études prospectives / Analyste de tendances / Chef de projet communication interne ou externe / Chargé.e de relations presse / Chef de projet événementiel / Rédacteur.trice Web / Community manager

Contacts

Responsable de la mention

François de Chantal

fdechantal@u-paris.fr

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

0157275850

sophie.r@univ-paris-diderot.fr

En bref

Composante(s)

UFR Études Anglophones

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

Niveau d'études visé

BAC +5

Durée

2 ans

ECTS

120

Public(s) cible(s)

- Étudiant
- Apprenti - Alternant
- Demandeur d'emploi

Modalité(s) de formation

- Formation initiale
- Formation continue
- Formation en alternance
- Formation professionnelle

Validation des Acquis de l'Expérience

Oui

Langue(s) des enseignements

- Français
- Anglais

Capacité d'accueil

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

Lieu de formation

Campus des Grands Moulins

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