

# Master Sociologie – Parcours : Chargé d'études en sociologie appliquée : Consommation, Culture, communication, médias (CESSA)

SCIENCES HUMAINES ET SOCIALES

---

## Présentation

Le master CESSA est un master en sociologie appliquée, labélisé par la fédération professionnelle du SYNTEC, ayant reçu la certification Qualiopi, formant, en alternance (apprentissage, contrat de professionnalisation) aux métiers des études, de l'expertise et du conseil dans quatre domaines en particuliers : la culture, la communication, la consommation, les médias [off ou on line].

Il s'appuie sur des enseignements méthodologiques, théoriques et techniques en sciences sociales (sociologie, histoire, anthropologie, sciences de l'information et de la communication etc) visant à décrypter la société et à comprendre les comportements et les représentations des individus.

Il a reçu de nombreux trophées SYNTEC consacrant les mémoires des étudiants sur des sujets divers et variés allant de l'usage des casques audio, à la crème de soin féminine, de Twitter à la réception de la TV par les jeunes, au JT regardé de 7 à 77 ans, à l'attachement des jeunes adultes pour leur peluche, aux motivations des naturalistes, à la vie des cinquantenaires, des gauchers, à l'organisation des vacances en famille, au covoiturage. Autant de mémoires centrés sur la vie quotidienne des individus dans la société hypermoderne et dont rend compte en partie un livre écrit avec les étudiants : Nos vies, nos objets (2018)

[Télécharger la brochure du Master CESSA](#)

Lien : trophées des études <https://www.concepteursdavenir.fr/actualites/palmares-des-trophees-des-etudes-2019>



## OBJECTIFS

---

Par sa palette d'enseignement, par l'expérience que procure l'apprentissage et le travail de mémoire de recherche en sociologie appliquée, le master CESSA forme des professionnels des études, de l'expertise et du conseil.

Les professionnels des métiers des études, du conseil et de l'expertise sont de conseillers stratégiques qui aident leurs commanditaires à diagnostiquer une situation et à éclairer leur prise de décision. Ils décryptent les tendances sociales, les évolutions du marché, étudient et analysent les opinions, les représentations, les pratiques, les usages, les expériences, les épreuves, les habitudes, les challenges des individus dans leur vie ordinaire, en tenant compte du contexte social et culturel.

Ils peuvent exercer leur talent dans de nombreux métiers et ainsi devenir : chargé d'études qualitatives, quantitatives, consultant, planeur stratégique, chargé de marketing, de communication interne, externe, chef de projet communication, datanalyst, consumer & Market Insights,

---

**Pour en savoir plus, rendez-vous sur > [u-paris.fr/choisir-sa-formation](https://u-paris.fr/choisir-sa-formation)**

Project Manager / Marketing Analyst, chargé de mission, Médias et Influence etc.

## COMPÉTENCES VISÉES

Connaissances :

- \* Savoirs méthodologiques : les démarches et techniques d'enquêtes qualitatives et quantitatives, les méthodes informatiques de traitement des données... les procédés de communication et de valorisation de la recherche appliquée
- \* Savoirs théoriques : concepts et théories sociales sur la modernité, l'hypermodernité, sur l'individu, sur l'identité, le lien social, sur la consommation, les usages (des objets, des techniques, des médias), sur la publicité, sur la culture, sur la communication politique, sur les techniques et les usages des sondages, des enquêtes d'audience.
- \* Savoirs transversaux : Anglais (expression orale et écrite. Certification TOIEC), Marketing, marketing digital, gestion des ressources bibliographiques, sémiologie, analyse médias, social listening, éthique professionnelle, initiation au droit des enquêtés, Informatique (Word, PowerPoint, Excel, Modalisa), techniques de rédaction et d'expression orale, gestion des projets...

Savoir-faire :

- \* Diagnostiquer une situation, un marché, des tendances, des pratiques, des comportements
- \* Faire de la veille off et on line
- \* Constituer, gérer, traiter, analyser un ensemble d'informations, de données statistiques, de documents, de références bibliographiques
- \* Définir une problématique adaptée aux conclusions du diagnostic
- \* Élaborer un cahier des charges
- \* Concevoir une enquête selon une méthodologie rigoureuse triangulant des techniques d'investigation qualitatives et quantitatives appropriées
  
- \* Techniques d'enquête qualitative : Observation ethnographique sur le terrain, observation on line [ blog, forum, réseaux sociaux, site], traitement médiatique de l'information, construction d'un guide d'entretien non directif, semi-directif, en face à face,

ou en ligne, des guides d'animation pour les focus groupes, mettre en place des forums, mener des entretiens, des focus groupes, maîtriser la prise de notes, retranscrire intégralement ou partiellement un entretien, construire des grilles d'analyse, mettre à plat des entretiens.

- \* Techniques d'enquête quantitative : lecture de tableaux, vérification des données, traitement statistique d'analyse secondaire, création de questionnaire off ou on line, apprentissage des différentes méthodologies, utilisation des logiciels professionnels [Iime Survey, modalisa, SAS et SPSS, maîtrise de EXCEL]
- \* Gérer le terrain d'enquête
- \* Traiter les données qualitatives et/ou quantitatives, les vérifier, interroger leur validité, décrire, analyser les résultats des enquêtes
- \* Préconiser des recommandations cohérentes pour le commanditaire de l'étude.
- \* Produire, mettre en forme des rapports d'étude ou d'enquête
- \* Communiquer et assurer la valorisation des résultats en France comme à l'étranger.

Savoir-être et savoir agir

- \* Être curieux, imaginatif, ouvert
- \* Travailler de façon autonome
- \* Travailler en groupe
- \* Avoir un esprit de distanciation critique
- \* Avoir une attitude empathique
- \* Être proactif
- \* Exécuter une tâche en respectant les consignes et les délais impartis à sa réalisation
- \* Prendre une décision en évaluant non pas seulement les moyens aux fins mais aussi les conséquences de ses actions sur les autres, le travail en équipe, la vie en groupe, le master
- \* Respecter les principes de la confidentialité
- \* S'adapter aux divers mondes professionnels des études
- \* S'engager et s'impliquer dans un projet et notamment en participant activement à la vie et au développement du master.
- \* Avoir un esprit corporate

**Pour en savoir plus, rendez-vous sur > [u-paris.fr/choisir-sa-formation](https://u-paris.fr/choisir-sa-formation)**

- \* Savoir travailler à distance

## Programme

### ORGANISATION

- \* Début de la formation : 1er septembre au 30 septembre n+1
- \* 4 semestres : M1 S1, M1 S2, M2 S3, M2 S4
- \* Volume horaire annuel : M1 442 h de cours – M2 : 436 h de cours
- \* Cours en alternance Lundi, mardi, mercredi en entreprise et à temps complet pendant les interruptions de cours
- \* Jeudi, vendredi à l'université
- \* Forme de l'alternance : apprentissage ou contrat de professionnalisation
- \* Statut étudiant apprenti donc salarié
- \* 5 semaines de vacances + une semaine de révision.

## Admission

En M1 : tous les titulaires d'une licence ou d'un titre équivalent Bac +3 : sociologie, anthropologie, démographie, psychologie, marketing, sciences de l'information et de la communication, lettres, économie, sciences politiques, histoire, AES, sciences du langage, médiation culturelle, mathématiques, marketing etc. ou validation d'acquis personnels et professionnels (VAPP D. 23/08/1985)

En M2 : tous les titulaires d'un M1 ou d'un M2 : sociologie, anthropologie, démographie, psychologie, marketing, sciences de l'information et de la communication, lettres, économie, sciences politiques, histoire, AES, sciences du langage, médiation culturelle, mathématiques, marketing etc. ou validation d'acquis personnels et professionnels (VAPP D. 23/08/1985)

### PRÉ-REQUIS

- \* Être curieux, interroger les évidences, savoir observer, remettre en cause ses idées, être ouvert aux critiques
- \* Aimer lire, écrire, les chiffres, l'anglais, faire des recherches de données, suivre l'actualité etc.
- \* Être capable de s'adapter, d'être flexible, savoir s'organiser, travailler seul et en équipe

#### 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.

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

## Et après ?

### POURSUITES D'ÉTUDES

Avec l'obtention du master, si vous ne souhaitez pas entrer directement dans la vie active et désirez poursuivre vos études, vous pouvez entrer en doctorat et réaliser ainsi une thèse en contrat doctoral ou CIFRE.

Quatre étudiants du master Cessa se sont inscrits en thèse : 2 sont actuellement docteurs ; deux autres soutiendront leur thèse au cours de l'année 2019/2020.

### PASSERELLE

Les étudiants peuvent se réorienter à la fin de l'année universitaire dans un autre master. Il n'y a pas de passerelle en revanche à la fin du semestre 1 ou 3. A noter l'abandon de la formation conduit automatiquement à la fin de l'apprentissage ou du contrat de professionnalisation.

### TAUX DE RÉUSSITE

100 %

**Pour en savoir plus, rendez-vous sur > [u-paris.fr/choisir-sa-formation](https://u-paris.fr/choisir-sa-formation)**

Taux de réussite sur l'année de diplomation 2020-2021  
(nombre d'admis par rapport au nombre d'inscrits  
administratifs).

## DÉBOUCHÉS PROFESSIONNELS

L'obtention du master permet grâce à sa formation en apprentissage d'accéder très vite au marché de l'emploi en travaillant de nombreux secteurs et environnements de travail suivants :

- \* Instituts, bureaux d'études et de sondages
- \* Entreprises privées ou publiques de tous les secteurs économiques
- \* Agences de communication, cabinets de consulting en stratégie et marketing,
- \* Organismes consulaires
- \* Institutions (ministère, conseil régional, municipalités, administrations etc.)
- \* Services publics
- \* Associations

À noter : Six mois après l'obtention de leur diplôme, le taux d'insertion professionnelle des diplômés (i.e des étudiants qui cherchent un emploi après leur diplôme) est en moyenne depuis plus de quatre de 90%.

## Contacts

### Responsable du diplôme

Valérie Sacriste

valerie.sacriste@u-paris.fr

### Responsable du Master 1

Pascale Zobec

pascale.zobec@u-paris.fr

### Contact administratif

+33 1 76 53 35 21

cessa.ufr-shs@u-paris.fr

### Formation Continue

Alma Silva

cessa.ufr-shs@u-paris.fr

## En bref

### Composante(s)

UFR des Sciences humaines et sociales - Sorbonne

### Niveau d'études visé

BAC +5 (niveau 7)

### ECTS

120

### 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

### Lieu de formation

Campus Saint Germain des Prés

Pour en savoir plus, rendez-vous sur > [u-paris.fr/choisir-sa-formation](https://u-paris.fr/choisir-sa-formation)