

Master Sciences politiques et sociales mention Médias, information et communication spécialité Médias, publics et cultures numériques finalité recherche/professionnelle

RNCP21472 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 7
Sigle	MASTER — Master
Code(s) NSF	321, 320
Code(s) ROME	E1402, L1302, E1103
Type d'enregistrement	Enregistrement de droit

Certificateur(s)

Ministère de l'Enseignement Supérieur

Université Panthéon Assas - Paris 2

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

A compléter (Reprise)

ACTIVITÉS VISÉES

Les étudiants diplômés de ce master sont formés à tous les types d'activité auxquels le professionnel est susceptible d'être confronté :

- Analyser des données stratégiques et les restituer en une information opérationnelle et stratégique d'aide à la décision pour la structure ; concevoir des études quantitatives et former les enquêteurs (guide d'entretien, questionnaire, etc.) ; piloter le déroulement d'une étude (cahier des charges, méthodologie) ; présenter et diffuser les résultats des études réalisées auprès du client.
- Concevoir ou réaliser des supports de communication écrits, audiovisuels, multimédia, visuels.
- Rechercher et définir les concepts créatifs de projets multimédias et superviser la réalisation des projets retenus.
- Élaborer le plan média et sélectionner le support (télévision, presse, affiche, radio, web) le plus adapté à la cible de la campagne/publicitaire et à la marque/produit, négociation de l'achat d'espaces publicitaires dans les différents types médias.
- Coordonner une équipe.

COMPÉTENCES ATTESTÉES

La formation familiarise les étudiants avec les grandes questions qui traversent les industries culturelles et médiatiques : la création et l'édition de contenus, les enjeux des mesures d'audience, la concentration économique et l'incidence sur la nature des contenus, les nouvelles formes pratiques des publics médiatiques, etc.

L'enseignement à l'approche qualitative des publics (tronc commun) initie les étudiants aux techniques de l'observation ethnographique, de l'entretien collectif et de l'entretien semi-directif appliquées aux médias. À cette fin, une étude in situ est réalisée par les étudiants qui sont guidés dans la maîtrise du processus de l'enquête, de la construction initiale du guide d'entretien à l'interprétation des résultats. Le thème de l'enquête est choisi en fonction

des programmes de recherche en cours au Carism. Pour exemple, le programme de recherche ANR Médiapolis (2008-2012) sur les nouvelles formes de citoyenneté fondées sur les usages de l'actualité en ligne a servi de cadre thématique à l'enquête qualitative menée par les étudiants dans l'atelier pratique.

Pour les étudiants du parcours professionnel, la rencontre avec l'univers professionnel s'avère essentiel. De nombreux conférenciers viennent rendre compte de l'actualité des études en matière d'audience, de l'innovation technique du secteur des médias en pleine mutation et des nouveaux produits conçus pour une plus grande adéquation avec les nouveaux usages des consommateurs. A l'issue de leur stage ou au cours de leur apprentissage un mémoire professionnel (40 pages environ) est réalisé de manière encadrée par l'équipe des enseignants-chercheurs IFP/Carism. Par ailleurs, plusieurs séances pratiques de conseil et de soutien à l'insertion professionnelle leur sont proposées.

Pour les étudiants du parcours recherche

Les compétences de recherche sont particulièrement acquises lors de la confection du mémoire qui est leur véritable premier apprentissage des impératifs d'une publication scientifique. Il s'agit : de savoir construire une documentation, de conduire une investigation suivant les différentes méthodes de l'enquête de terrain, de produire un ouvrage et de présenter les résultats sous une forme scientifique. Il s'agit aussi de maîtriser la lecture et l'interprétation des outils statistiques.

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Les Instituts de sondage
Les Instituts de mesures d'audience
Les groupes d'édition et les sociétés éditrices
Les grands groupes médias (Télévision, Presse écrite, Internet, Radio)
Les services des études
Les entreprises du web
Les agences de communication
Les agences de création multimédia
Les régies publicitaires
Les bureaux conseil
Les sites des entreprises de médias en ligne
Les administrations culturelles
Les entreprises culturelles
Les maisons de production

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

- Chargé d'études au sein des instituts d'enquête par sondage et des entreprises de conseil en communication
 - Ingénieur d'études ou Chargé d'études dans les groupes de communication privés ; dans les départements d'études et de recherche d'institutions publiques ou para-publiques des secteurs de la culture et de la communication.
 - Analyste des médias dans les bureaux de consultants en communication
 - Programmateur dans les chaînes de radio et de télévision
 - Chargée d'études Médias et Marketing
 - Chargée de production
 - Agrégateur de contenus sur les nouveaux supports de diffusion (Internet, téléphonie)
 - Consultant pour les sociétés spécialisées dans les médias
 - Médiaplanneur, chef de publicité et régisseur de publicité
 - Chargée de la communication interne et des relations publiques
- Les métiers de la culture et des médias
- Chargé de production audiovisuelle
 - Attaché de programme
 - Rédacteur de contenu numérique
 - Créateur multimédia, rédacteur web
 - Producteur de contenu numérique

- Responsable de gestion des contenus de sites web ou mobiles

Les métiers de l'enseignement et de la recherche :

- Chercheur
- Enseignant-chercheur
- Chargé d'études

RÉGLEMENTATIONS D'ACTIVITÉ

A compléter (Reprise)

Marché du travail

Indicateurs au niveau des familles professionnelles (FAP) des métiers visés, agrégés au niveau national — France Travail / DARES (open data).

Tension de recrutement (DARES 2024)	Très faible (1/5)
Facteurs principaux	Intensité d'embauche, Non-durabilité de l'emploi, Lien formation-emploi
Salaire médian (mensuel)	2 452 €
Diplôme le plus fréquent	Diplôme de niveau bac+2 (DUT, BTS, Deug ou équivalent) en communication et information (16 % des actifs en emploi)
Familles professionnelles (FAP)	U0X80 — Assistants de la communication · tension 1/5 (Très faible) U0X90 — Cadres de la communication · tension 1/5 (Très faible) U1X80 — Professionnels des spectacles · tension 1/5 (Très faible)
Projets de recrutement (BMO 2026)	34 179
Jugés difficiles à recruter	12 %
Emplois saisonniers	29 %
Familles professionnelles (FAP)	U0X80 — Assistants de la communication U0X90 — Cadres de la communication U1X80 — Professionnels des spectacles

Voies d'accès

MODALITÉS D'ACCÈS

Formation initiale, Formation continue, Apprentissage, VAE

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

A compléter (Reprise)

COMPOSITION DU JURY — FORMATION INITIALE, FORMATION CONTINUE, APPRENTISSAGE

Le diplôme est délivré sur délibération du jury du master concerné. Le jury est désigné chaque année par le président de l'Université dans les conditions prévues à l'article L.613-1 du Code de l'éducation.

COMPOSITION DU JURY — VAE

Jury composé d'enseignants-chercheurs et de professionnels

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF

Site Internet de l'autorité délivrant la certification

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/21472/>