PANTHÉON-ASSAS
UNIVERSITÉ
PARIS

FORMATIONS : DROIT • SCIENCES POLITIQUES
ÉCONOMIE • GESTION • INFORMATION - COMMUNICATION

MASTER INFORMATION, COMMUNICATION, PARCOURS MÉDIAS, COMMUNICATION ET VILLES NUMÉRIQUES

2024/2025

Direction: Mme Valérie DEVILLARD, Mme Cécile MÉADEL

Masters en Information Communication - Information Communication

DIPLÔME DÉLIVRÉ:
Master

DURÉE DES ÉTUDES:
2 ans

MODALITÉS D'ENSEIGNEMENT:
En apprentissage, Formation initiale

► PRÉSENTATION

Le parcours Médias, communication et villes numériques (alias Smart Comm) est une des filières offertes dans le cadre du master Information et Communication de l'IFP, Université Paris-Panthéon-Assas. Cette formation en apprentissage se donne pour objectif de former des spécialistes de l'ingénierie numérique, la communication des villes, du paysage et du patrimoine urbains ; il prépare aux métiers de responsables de communication ou de digital officers dans les collectivités territoriales, les entreprises, les organismes publics, les ONGs qui interviennent dans la gestion et l'aménagement des territoires et de l'environnement urbain.

► OBJECTIFS

Mettre les outils de communication numérique au service du développement durable et social dans les espaces urbains apparaît comme un enjeu central pour répondre aux nouveaux défis de la ville saisie au prise d'une double transition numérique et environnementale : étalement ou hyper densité urbaine, problèmes de transport, pollution, répartition des activités économiques et de la population déséquilibrée, problèmes de sécurité et de sûreté, nouvelles formes de participation politique et citoyenne, responsabilité juridique des datas… Il s'agit de rendre les villes plus économes en énergie, plus agréable à vivre, plus sûres tout en permettant le développement d'activités économiques et sociales durables.

Les outils numériques sont au centre de ces transformations parce qu'ils modifient les comportements des citoyens-consommateurs, qu'ils obligent à transformer les formes de communication et d'information entre les prestataires de service, le secteur marchand, les autorités publiques, la société civile et les citoyens, qu'ils interviennent dans toutes les formes d'activités, qu'ils permettent des formes de reporting multiples et continues, ces capacités transformatives étant tout autant sources de transformations positives que négatives.

Les notions de « *smart city* », « *intelligent city* », « *knowledge city* » sont mobilisées pour en rendre compte, mais restent souvent des slogans quelque peu creux. Il leur manque en particulier des spécialistes capables à la fois de comprendre les exigences de la communication numérique et celles de la gestion des espaces. L'université a un rôle central pour former des spécialistes de haut niveau de ces questions ; le modèle de la triple hélice de l'économie

urbaine considère en effet que les villes peuvent être considérées comme un nœud dense de réseaux articulés autour de trois dynamiques : le capital intellectuel des universités, la création de richesse des industries et le gouvernement démocratique de la société civile. » (Diaz et Breux). Ces spécialistes doivent donc à la fois être dotés d'une solide culture académique, de compétences techniques et d'une formation professionnelle adaptée.

► ADMISSION

NIVEAU D'ENTRÉE:
Bac +3

► PROFIL RECOMMANDÉ

Pour la rentrée 2024-2025 :

Attendus

Le parcours est ouvert, en formation initiale, aux titulaires d'une Licence en information et communication, en sciences humaines et sociales, sciences économiques ou juridiques ayant déjà acquis des connaissances du monde des médias écrits, audiovisuels et numériques ou justifiant d'une expérience en la matière. Les candidats titulaires d'un autre diplôme jugé équivalent peuvent également être admis dans cette formation, tout particulièrement ceux issus d'Écoles supérieures d'Art, de design, d'architecture ou de filières en urbanisme.

Critères généraux d'examen des candidatures
L'accès au Master est sélectif. Le recrutement se fondera sur la prise en compte de l'évaluation globale du niveau de l'étudiant, ainsi que sur l'adéquation de sa formation antérieure et de son projet professionnel avec la formation visée.

La sélection des candidats se fait sur :

- Les compétences académiques attestées par les relevés de note. Le master ne se limite pas aux seuls diplômés en sciences de l'information et communication, il accueille des étudiants de formations très variées ;
- Les expériences de tous ordres (activités associatives, productions personnelles ou collectives, stages, expériences particulières, etc.) ;
- La lettre de motivation qui doit être synthétique (deux pages maximum) mais personnelle ;

Modalités d'examen des candidatures

La sélection se fait sur dossier puis, pour certains étudiants, sur entretien.

Voir Capacités d'accueil et modalités d'accès

PANTHÉON-ASSAS
UNIVERSITÉ
PARIS

FORMATIONS : DROIT • SCIENCES POLITIQUES
ÉCONOMIE • GESTION • INFORMATION - COMMUNICATION

► PROGRAMME

Master 1 (1re année)

Semestre 1 (215h – 30 ECTS)

Module 1 : Enseignements fondamentaux (125h –10 ECTS- 120 points)

- Genre et médias (25h)
- Mondialisation des contenus médiatiques (25h)
- Industries de contenu (25h)
- Gouvernance des villes et Théories urbaines (25h)
- Droit du numérique (25h)

Module 2 : Enseignements professionnels (70h + 15h facultatives – 10 ECTS- 40 points)

- Atelier d'écriture : outils d'observation de la ville (20h)
- Conférence de parcours (12h)
- Enseignement professionnel de parcours : Ecriture numérique institutionnelle (20h)
- TD en anglais obligatoire (18h)
- TD facultatif de langue (15h)

Module 3 : Enseignement méthodologique (20h –10 ECTS- 20 points)

- Séminaire méthodologique : *Smart Communication* (20h)

Semestre 2 (220h– 30 ECTS)

Module 4 : Enseignements approfondis (150h –12 ECTS- 140 points)

- Communication politique (25h)
- Logiques d'acteurs et modèles d'affaires (25h)
- Propagande et manipulation (25h)
- Sociétés et numérique (25h)
- Sémiotique des textes d'information et de communication (25h)
- Ville, média et communication (25h)

Module 5 : Enseignements spécialisés (50h – 4 ECTS- 20points)

- Conférence de parcours (12h)
- Enseignement professionnel de parcours : services de communication urbaine (20h)
- TD en anglais obligatoire (18h)
- TD facultatif de langue (15h)

Module 6 : Enseignement méthodologique (20h –14 ECTS- 80 points)

- Séminaire méthodologique : *Smart Communication* (20h)

Mémoire de recherche

Total annuel :

Volume horaire : 435h (+30h facultatives) ; 60 ECTS.

Master 2 (2e année)

L'année est organisée en cinq modules

Module 1 : Espaces (11 ECTS)

- Tourisme et patrimoine (25h, 3 ECTS)
- Espaces publics durables (25h, 4 ECTS)
- Urbanité numérique (25h, 4 ECTS)

Module 2 : Gouvernance urbaine (11 ECTS)

- Démocratie dialogique et numérique (25h, 3 ECTS)
- Enjeux contemporains de l'écologie (25h, 4 ECTS)
- Gestion de projet (25h, 4 ECTS)

Module 3 : Organisation des territoires (15 ECTS)

- Journalisme participatif (25h, 3 ECTS)
- Documentaires (25h, 4 ECTS)
- Design numérique (25h, 4 ECTS)
- Ecritures vidéo (25h, 4 ECTS)

Module 4 : Réseaux locaux (11 ECTS)

- Communication de la ville (25h, 4 ECST)
- Gestion des réseaux numériques (25h, 4 ECTS)
- Gestion de projet data (25h, 3 ECTS)

Module 5 : Mise en application 12 ECTS 125h

- Projets + Masterclass (125h, 12 ECTS)

Volume horaire 450h - 60ECTS.

► DÉBOUCHÉS

Les questions liées aujourd'hui à la « *smart communication* » sont très largement pris en charge par les grandes plates-formes du numérique, quasiment toutes américaines. Les échanges sont inégaux avec des collectivités territoriales moins dotées dans ces domaines et dépourvues de spécialistes. Il en est de même pour tous les opérateurs (de l'eau, des transports, des équipements, etc.) ou les délégataires de service public qui travaillent pour les collectivités territoriales.

Le parcours Médias, Communication et Villes Numériques prépare à des métiers variés :

- Chargé de communication ;
- Chargé de communication externe ;

- Chargé de communication interne ;
- Chargé de communication *on line ;*
- Chargé de communication web ;
- Chargé des relations publiques digitales ;
- Conseiller en communication numérique et territoriale ;
- Consultant en communication numérique et territoriale ;
- Directeur de la communication d'une collectivite territoriale ;
- Responsable de communication en entreprise ;
- Responsable de communication externe et interne ;
- Responsable de communication territoriale et urbaine ;
- Responsable de l'information et de la communication ;
- Responsable de la communication ;
- *Social media manager* - Responsable des médias sociaux ;
- *Webmaster* chargé de communication.

► CONTACT

Responsables

Master 1 et Master 2 : Valérie DEVILLARD et Cécile MEADEL, Professeurs

Renseignements

Pierre QUISTIN

Secrétariat de la Direction des Etudes Licence- M1- DU
Université Paris-Panthéon-Assas
IFP
Bâtiment Notre-Dame-des-Champs
1er étage (92 rue d'Assas 75006 Paris)
Tel : +33 (0)1 44 41 57 99

Stefanos PNEVMATIKOS

Responsable administratif du Master 2
IFP
Bâtiment Notre-Dame-des-Champs
1er étage
92, rue d'Assas
75006 Paris
Tel : +33 (0)1 44 41 57 98

PANTHÉON-ASSAS
UNIVERSITÉ
PARIS

FORMATIONS : DROIT • SCIENCES POLITIQUES
ÉCONOMIE • GESTION • INFORMATION - COMMUNICATION

► PLUS D'INFORMATIONS

http://www.assas-universite.fr/fr/formations/offre-de-formation/master-information-communication-parcours-medias-communication-villes