

MASTER²

PRO

EXPERT MEDIA



Institut de la communication et des Médias
Sorbonne Nouvelle



1 PRÉSENTATION DU DIPLÔME

Le Master 2 Pro 'Expert Media' constitue une nouvelle référence dans un secteur des médias en pleine évolution. Né d'une alliance entre une réflexion issue du secteur professionnel et de l'Université, ce diplôme représente une véritable dynamique destinée à former des professionnels prêts à affronter les défis des 20 prochaines années.

Le Master 2 Pro 'Expert Media' couvre la transition des médias traditionnels dans un univers où la distribution s'effectue sur de nouveaux supports et où la production se transforme radicalement.

2 OBJECTIFS DE LA FORMATION

Le Master 2 Pro 'Expert Media' se fixe pour objectif de transmettre les compétences nécessaires aux professionnels de l'audiovisuel sur les thèmes du management dans les médias en leur donnant une vision prospective forte sur ce qui va se passer dans les prochaines années dans ce secteur.

C'est dans ce cadre que la formation propose des intervenants agissant dans des secteurs traditionnels des médias ainsi que des nouveaux acteurs de l'audiovisuel.

L'objectif est de proposer une formation professionnelle en « management », à un niveau de direction élevé, dans le domaine des nouveaux médias, de la télévision, des métiers de la radio et des professions musicales, en se concentrant principalement sur la création/déclinaison des programmes sur les supports traditionnels et les nouveaux supports (web, mobiles, etc.).

3 CONTEXTE-MARCHÉ

Le marché des médias est en pleine évolution. L'arrivée de nouveaux modes de consommation des images (mobiles, tablettes, ordinateurs, écrans connectés, etc.) conditionnent de nouvelles formes de programmes et de nouveaux usages.

Ce sont également de nouveaux métiers à inventer et une industrie à repenser partiellement.

Cela ne peut se faire qu'en maîtrisant les bases d'une industrie déjà existante avec ses codes et son fonctionnement propres.

4 L'INSTITUT DE LA COMMUNICATION & DES MÉDIAS - SORBONNE NOUVELLE

Seule composante universitaire de Paris intra-muros à proposer une formation en communication complète du L1 au doctorat, en initial comme en continu, l'Institut de la Communication et des Médias – Sorbonne Nouvelle (ex UFR Paris 3) réunit plus d'une vingtaine d'enseignants-chercheurs spécialistes des anciens comme des nouveaux médias et près d'une centaine de professionnels venant apporter leur connaissance des terrains. L'Institut, situé dans le 5e arrondissement de Paris, est notamment réputé pour son positionnement scientifique international et pour le développement de Masters Pro dans le domaine de la communication des organisations, du journalisme et de l'enseignement à distance.

5 EMPLOI

Travailler dans le secteur des médias constitue souvent un objectif difficile à atteindre. Nous donnons les clés de compréhension du secteur ainsi que la force du réseau du MediaClub afin de permettre aux étudiants de commencer ou poursuivre leur carrière dans ce secteur avec un soutien effectif.

Les partenariats avec le MediaClub, le site mediacclubjobs.fr, les différents cabinets de recrutement spécialisés dans les médias audiovisuels ainsi que divers organismes professionnels du secteur apportent au Master et à leurs étudiants un soutien sans équivalent dans les choix sur les orientations professionnelles et dans la capacité à détecter les meilleures opportunités de carrière.

DÉBOUCHÉS

Les secteurs visés sont :

Publicité	Web	Presse
Télévision	Radio	Industries musicales
		Téléphonie mobile

Exemples de métiers & domaines

- Responsables de programmes multi-supports
- Veille
- Responsables Stratégie
- Marketing
- Etudes et expertises
- Audiences et publics
- Acquisitions
- Programmation
- Production exécutive et déléguée
- Distribution
- Responsable de festival ou de marché professionnel

► Nombre d'élèves par filière et par an

30

UN DIPLÔME INTERNATIONAL

► A. Voyage d'étude

Différents voyages d'étude internationaux sont proposés. Le premier voyage est prévu aux USA sur une durée de dix jours afin de partir à la rencontre des acteurs de l'innovation dans le domaine des médias. D'autres voyages sont en cours de constitution et seront bientôt proposés.



► B. Evènements internationaux partenaires

Le DISCOP EAST (Budapest), le DISCOP AFRICA (Nairobi) et le NATPE (Miami) sont les partenaires du M2 Pro. La présence des étudiants à ces 3 événements leur permettra de découvrir des zones géographiques dont le niveau de développement est très différent.

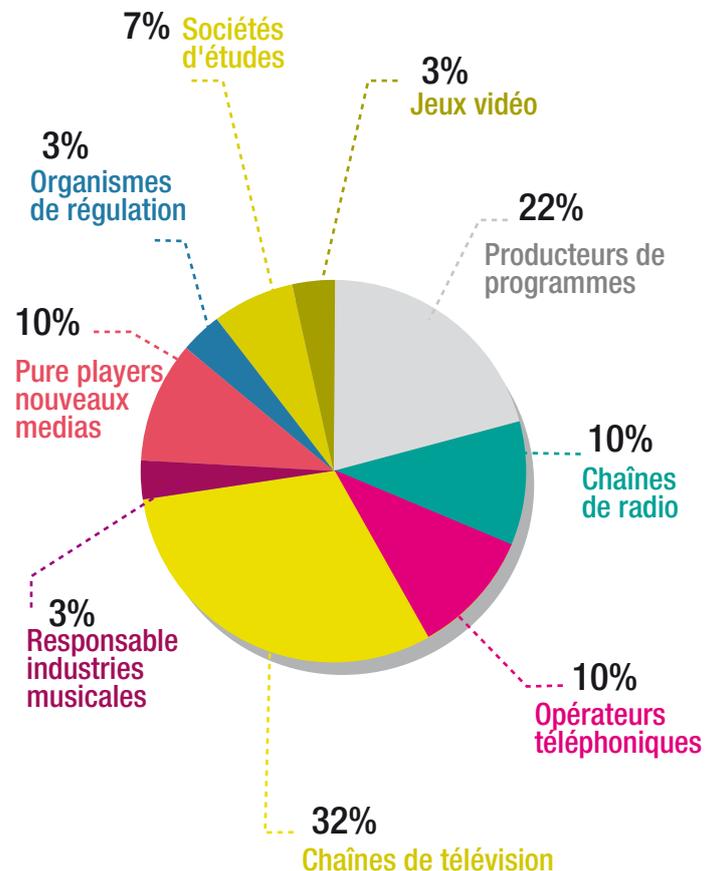
► C. Partenariats avec d'autres formations et recrutements internationaux

Des partenariats internationaux sont en cours de réalisation pour développer un réseau de diplômés internationaux leaders sur les médias. Les premiers partenariats initiés sont : les USA, la Chine, la Malaisie et l'Espagne.

► Les fonctions

Responsable de chaînes, Chargé d'acquisition de programmes, Directeur d'antenne, Conseiller de programme, Directeur de production, Chargé de production, Analyste media, Chargé d'études, Community manager, Chargé d'acquisition de contenus online / VoD, Content manager, Responsable de développement TV mobile et IPTV, Chargé de programmation de chaîne, Conseiller de fiction, Directeur littéraire, Directeur de collection, Responsable du transmedia, Responsable des programmes de flux, Développement des programmes de flux, Conseiller divertissements, Conseiller de programme de jeux, Conseiller de programmes magazines, Responsable de développement de programmes, etc.

RÉPARTITION DES PROFESSIONNELS PAR SECTEUR PROFESSIONNEL



LA SÉLECTION

La sélection " jurys mixtes ", s'effectue sur dossier, examen et entretiens sous forme de jurys mixte de professionnels et d'universitaires. Le M2 Pro comprendra des effectifs en provenance de la formation initiale (M1 ou équivalent) et de la sphère professionnelle (M1, équivalent ou VAE).



ORGANISATION DE LA FORMATION

La formation se déroule sur 15 mois, les enseignements ont lieu d'octobre à mai, organisé sous formes de modules de 2 ou 3 jours en fin de semaine (samedis compris). Les sessions offrent une approche mixte, fonctionnelle et sectorielle.

Des conférences co-organisées avec le MediaClub complètent la formation réunissant les professionnels les plus importants des médias.

Les voyages à l'étranger (en option) se dérouleront sur une période d'1 semaine à 10 jours afin de rencontrer les managers étrangers du secteur.

Un stage de six mois est exigé pour les étudiants en initial ou en alternance.

PROGRAMME > 1ER SEMESTRE

240h

CULTURES, PROGRAMMES ET PUBLICS

76h

Sociologie des médiacultures > 10h
Sociologie des professions médiatiques > 9h

Les différents genres de programmes : fiction, jeunesse, documentaires, flux, information, sport, télé réalité et leur devenir dans le contexte nouveau > 16h

Production artistique et éditorialisation dans les programmes > 11h

Les nouveaux supports : historique, modèles, usages et leur impact sur les programmes > 12h

Les métiers : redéfinition par les nouveaux supports et les nouveaux acteurs > 12h

Le transmedia (contexte, écriture et narration, ARG) > 10h

ECONOMIE ET GESTION DES MÉDIAS

98h

Organisation d'une chaîne de radio ou télévision (antenne, unités de programme, études, relations avec l'audience, développement nouveaux medias) > 12h

Approche historique et macro-économique des différents acteurs médias en France et dans le monde > 20h

Economie des usages et de l'innovation (apps, widgets, mobiles, tablettes, TV connectées, Set-top boxes, 3D, géolocalisation,...) > 20h

Les modes de diffusion (contraintes, enjeux, acteurs, gestion de l'antenne, modes alternatifs de diffusion) > 20h

Les spécificités, contraintes et business models de la création et de la production de contenus pour les nouveaux médias > 16h

Initiation aux technologies (terminologie, fonctionnement, implications, nouvelles tendances) > 10h

DROIT ET RÉGLEMENTATION DES MÉDIAS

37h

Droit public et réglementations, lobbying et droit du travail, Droit européen, droit des institutions > 16h

Réglementation des nouveaux supports > 12h

Actualités juridiques des médias et droit de la propriété intellectuelle > 9h

LANGUE VIVANTE ET INTERCULTUREL

24h

Anglais pour la communication et modes de production à l'international > 12h

Communication interculturelle dans les organisations > 12h

UN ACCOMPAGNEMENT ET UN RÉSEAU POUR LE RESTE DE VOTRE CARRIÈRE

Le Master 2 Pro 'Expert Media' se différencie de toutes les autres formations par le fait de l'originalité de sa démarche. Quand les formations proposent classiquement une formation qualifiante pendant une année sur un thème donné, le M2 Pro 'Expert Media' propose une expérience très différente. Par le biais de l'accompagnement et de ses partenariats, il se propose d'être la formation de toute une vie où ses élèves, sélectionnés seront suivis sur l'intégralité de leur carrière.



PROGRAMME > 2ÈME SEMESTRE

209h

CULTURES, PROGRAMMES ET PUBLICS

95h

Sociologie des publics et des pratiques culturelles > 18h

Audience et marketing > 10h

Analyser les œuvres : les nouveaux dispositifs sémiotiques > 24h

Téléchargement, gratuité et nouveaux modes de diffusion (musique, radio, télévision, cinéma) > 14h

Economie de la radio et du son, production et gestion de la musique > 10h

Les jeux vidéo : problématiques et enjeux > 9h

Cultures participatives et modes de production : impact du 'social media' et des MMORPG > 10h

DROIT ET RÉGLEMENTATION DES MÉDIAS

40h

Les acquisitions de programme et de contenus TV et nouveaux médias : méthodes, problématiques, règles et contrats > 9h

Contexte réglementaire de la production et de la distribution (décrets Tasca, SMAD...) > 9h

Les contrats (production, distribution nouvelles techno) > 9h

Gestion collective des droits d'auteur (SACEM, SPEDIDAM, SCAM,...) > 4h

Produire et co-produire à l'international : contraintes, règles juridiques, enjeux > 9h

ECONOMIE ET GESTION DES MÉDIAS

75h

Monétiser les contenus à l'ère des nouveaux supports > 12h

Les mécanismes de production : de la production traditionnelle aux nouveaux supports (chaîne de valeur, relations aux institutions publiques) > 9h

La distribution et licensing de programmes : théorie et pratiques > 9h

Les grands événements audiovisuels > 4h

Nouvelles programmations, marketing des contenus et monétisations, enjeux et stratégies > 10h

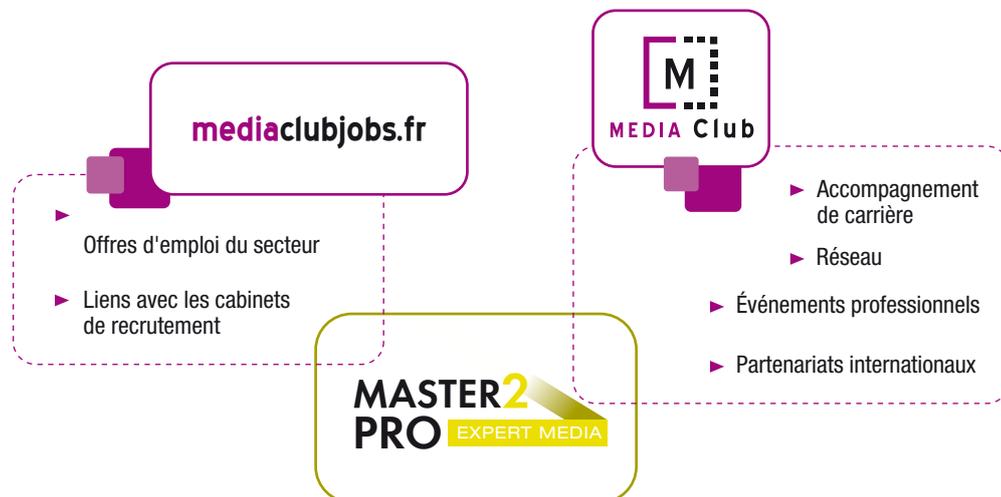
Promotion et marketing des programmes dans le contexte nouveau > 5h

Publicité et Brand Content > 11h

eReputation et Personal branding > 6h

Création d'un projet de production en radio et télévision : art du pitch et négociation > 9h

10 LES PARTENAIRES



▶ Le MediaClub

Fondé en 2003, le MediaClub est une **association de professionnels de l'Audiovisuel** qui regroupe plus de 800 membres : managers, entrepreneurs, cadres, créatifs, professions libérales dans les différents secteurs des Medias que sont la Télévision, le Cinéma, la Musique, les Nouveaux médias...

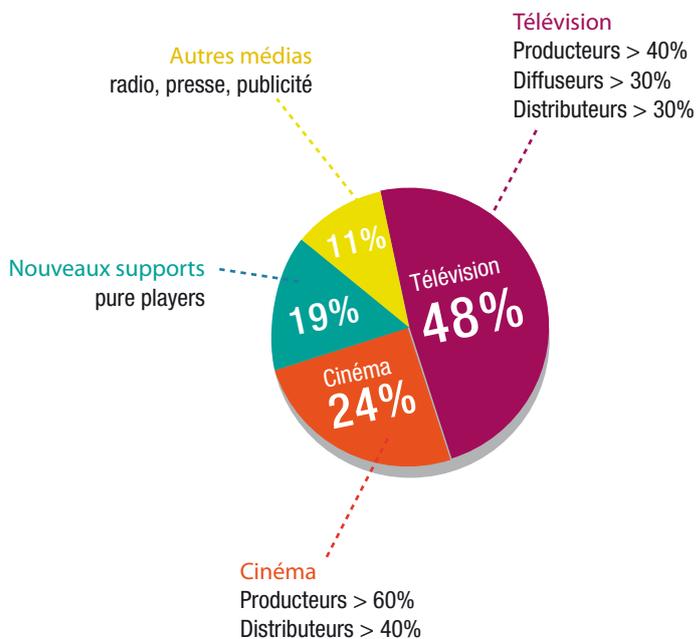
Une association indépendante qui s'appuie, depuis sa création et l'adhésion volontaire de ses membres historiques, sur le principe de la cooptation. Ainsi afin de concilier l'exclusivité inhérente au concept de club et un dynamisme professionnel primordial, le MediaClub s'enrichit chaque année de 20 à 30 nouveaux professionnels, cooptés par 4 parrains, et ayant 4 ans minimum d'expérience professionnelle.

Un club très actif qui propose 4 à 6 événements par mois (débats, dîners, petits-déjeuners conférences, soirées, séminaires...) et dont l'objectif principal est de soutenir ses membres dans le cadre de leur carrière au travers de rencontres et de services personnalisés.

les chiffres clés

▶ Nombre d'emplois générés par le réseau du MediaClub	108
▶ Nombre de membres du MediaClub (au 01.11.2010)	796
▶ Nombre d'affiliés ou invités au MediaClub (au 01.11.2010)	1283

Les secteurs d'activité du Mediaclub



▶ Mediaclubjobs.fr

Le site medioclubjobs.fr est l'un des principaux sites d'emploi du secteur Audiovisuel en France. Spécialisé dans la branche média, il cible particulièrement les emplois chez :

- ▶ Les diffuseurs
- ▶ Les producteurs
- ▶ Les distributeurs
- ▶ L'industrie musicale
- ▶ Les nouveaux entrants dans leur branche media audiovisuel
- ▶ La radio
- ▶ La presse

Egalement en liaison permanente avec plusieurs cabinets de recrutement, le Master 2 Pro profite ainsi d'un environnement permettant à ses étudiants, ses anciens et son réseau de bénéficier des meilleures informations nécessaires aux évolutions de leurs carrières.

▶ Organisations professionnelles

Le Master 2 Pro bénéficie également du support de nombreuses organisations professionnelles du secteur.



FRAIS DE SCOLARITÉ ET D'INSCRIPTION

- ▶ Les étudiants issus d'un diplôme M1 ou équivalent ont la possibilité de suivre le M2 "Expert Media" dans le cadre de leur cursus de formation initiale en payant les droits d'inscriptions afférents à ce type de formation.
- ▶ Les personnes ayant quitté la formation initiale et souhaitant s'inscrire en formation continue devront s'acquitter de droits d'inscription spécifiques. Ces droits peuvent être pris en charge par de nombreux dispositifs dont le Congé individuel de formation et le Congé de formation professionnelle (CIF, Plan de formation d'entreprise).

Le M2 Pro est accessible par le biais de la VAP (Validation des Acquis Professionnels).

Direction du diplôme

▶ Directeur du diplôme



Eric MAIGRET
Directeur, Responsable de la spécialité

Sociologue des médias.
Directeur de l'Institut de la Communication et des Médias – Sorbonne Nouvelle

▶ Directeur Adjoint Responsable des relations avec les professionnels



Jérôme Chouraqui

Président du Mediaclub
Directeur du cabinet de recrutement TalentSphere
Directeur associé de The Media Faculty

▶ Contact

master-media@univ-paris3.fr



Master 2 PRO | "Direction et Expertise Médias :
Innovations et nouveaux usages"

Université de la Sorbonne Nouvelle-Paris 3
UFR Communication Centre Censier
13, rue Santeuil 75231 - Paris Cedex 05

<http://www.sorbonne3-media.fr>

