

Humanités et Industries Créatives [Master]

Infos pratiques

- > Composante : Philo, Info-Comm, Langues, Littératures & Arts du spectacle
- > Durée : 2 ans
- > ECTS : 120
- > Ouvert en alternance : Oui
- > Formation accessible en : Formation initiale, Formation continue, Formation continue (contrat de professionnalisation), Formation en apprentissage
- > Formation à distance : Non

Présentation

Parcours proposés

- > [Communication et Promotion des Organisations \(CPO\)](#)
- > [Conception et Rédaction Editoriales \(CORED\)](#)
- > [Journalisme culturel \(JC\)](#)
- > [Médiation Culturelle et Interculturelles \(MCEI\)](#)

Présentation

Le Master Humanités et Industries Créatives est une formation d'excellence destinée à valoriser le profil LSHS (Lettres, Sciences humaines et sociales) des étudiants dans les métiers de la communication, de l'édition, du journalisme, de la médiation culturelle et interculturelle. Ce master transmet aux étudiants une formation de culture générale qui leur assurera une polyvalence dans les différents types d'entreprises où ils seront amenés à travailler ainsi que des compétences techniques spécifiques et transversales, acquises grâce à des enseignements techniques innovants et à des

expériences professionnelles de longue durée qui les rendront aptes à aborder avec adaptabilité et créativité les fonctions qui seront les leurs dans les différents secteurs culturels.

En Master 1, les étudiants poursuivent des enseignements en Humanités et commencent à se spécialiser dans l'un des quatre parcours proposés (Communication et promotion des organisations, Conception et rédaction éditoriales, Journalisme culturel, Médiation culturelle et interculturelle) puis ils parachèvent leur formation et leur spécialisation en Master 2.

La formation est aménagée pour être aussi suivie en alternance.

Objectifs

Les diplômés ont vocation à entrer après leurs stages dans différents types de structures entrepreneuriales, associatives, privées ou publiques, petites, moyennes ou grandes, de la communication, de l'édition, du journalisme, de la médiation culturelle. C'est pourquoi la formation met l'accent sur la capacité des étudiants à acquérir une réelle expertise dans leur domaine et une réelle maîtrise des outils techniques afin qu'ils puissent s'adapter à leur entreprise et y travailler en autonomie comme en équipe. Le master a donc un double objectif, culturel et pratique. La formation culturelle est principalement assurée dans les cours et les séminaires en Humanités et les enseignements techniques, en nombre dans chaque parcours, sont dispensés par des professionnels de la spécialité choisie dès le master 1.

Savoir-faire et compétences

(Offre en cours de construction)

- Mettre à profit sa culture générale
- Rechercher et traiter de manière efficiente et efficace les informations
- Concevoir et mettre en œuvre un projet tuteuré socio-culturel
- Analyser ses enjeux, appréhender les mutations en cours

- Maîtriser les outils techniques et numériques nécessaires à sa réalisation
- Animer, coordonner, superviser sa publication (papier, numérique...), sa diffusion
- Acquérir une pratique raisonnée des nouvelles technologies de l'information et de la communication
- Mettre à l'épreuve de la gestion de projets ses capacités d'organisation, d'analyse et de réflexion
- Travailler en équipe, animer, coordonner, être polyvalent et autonome dans le cadre de travaux communs ou d'ateliers pratiques innovants
- Être à l'écoute des intervenants professionnels
- Faire preuve de créativité et être ouvert sur les évolutions des technologies et de leurs usages
- Améliorer ses capacités d'expression et de rédaction culturelle dans la pratique des nouveaux modes de communication

Les + de la formation

Une formation professionnalisante, fondée sur

- l'approfondissement des connaissances en Humanités
- l'apprentissage des métiers de la communication, de l'édition, du journalisme culturel et de la médiation culturelle

Une organisation pédagogique, ouverte à l'alternance, qui permet

- le contrat de professionnalisation,
- le contrat d'apprentissage -

des stages de longue durée (6 mois) en master 1 et 2 : 12 mois / 2 années

Un enseignement centré sur la valorisation des connaissances et l'insertion professionnelle grâce à

- des activités pédagogiques innovantes de projets, en séminaire, en ateliers-laboratoires et de création
- un enseignement dispensé par des professionnels, spécialistes de leur domaine, dans toutes les disciplines techniques
- un contact continu avec les pratiques en entreprise

Organisation

Le master Humanités et Industries Créatives offre quatre parcours en master 1 et master 2 :

- Communication et promotion des organisations (CPO)

- Conception et rédaction éditoriales (CORED)
- Journalisme culturel (JC)
- Médiation culturelle et interculturelle (MCEI)

L'étudiant candidate dans le parcours de son choix dès le master 1.

Au premier semestre, en M1 et en M2, l'emploi du temps est organisé de telle sorte que les étudiants puissent être à l'université les 3 premiers jours de la semaine (du lundi au mercredi en M1) ou les trois derniers jours de la semaine (du mercredi au vendredi en M2) ; les autres jours étant possiblement réservés pour les stages, les contrats de professionnalisation ou d'alternance.

Le second semestre est consacré à la formation pratique en entreprise (stage de longue durée) et à la rédaction d'un mémoire de fin d'études sur son expérience professionnelle, en M1 et en M2.

L'année universitaire se conclut par la soutenance du mémoire devant un jury composé d'enseignants et de professionnels de l'entreprise.

Contrôle des connaissances

Les connaissances sont évaluées sous le régime du contrôle continu intégral au cours des activités pédagogiques suivant les disciplines (devoirs, exercices pratiques, dossiers thématiques, présentations de projets, réalisations d'actions...)

Stage ou alternance

Ouvert en alternance

- > **Type de contrat:** Contrat de professionnalisation, Contrat d'apprentissage

La formation en alternance est possible en contrat de professionnalisation ou en contrat d'apprentissage.

Au premier semestre, en M1, l'emploi du temps est organisé de telle sorte que les étudiants puissent être à l'université les 3 premiers jours de la semaine, les deux derniers jours étant réservés à l'alternance.

En M2, les étudiants sont à l'université les mercredis, jeudis et vendredis, les deux autres jours sont réservés à l'alternance.

Au second semestre, à partir de janvier, la formation est essentiellement en entreprise.

Stages

- > Stage: Obligatoire (6 mois)
- > Stage à l'étranger: Facultatif (6 mois)

Les étudiants qui suivent le master en formation initiale (sans contrat d'alternance) doivent obligatoirement effectuer un stage au second semestre en France ou à l'étranger.

Le second semestre est entièrement réservé au stage de longue durée de janvier à juin

Les stagiaires bénéficient d'un tuteur en entreprise et à l'université

- En matière d'acquis académiques, le recrutement se fondera sur la prise en compte du niveau général de l'étudiant. Il est attendu que les candidats montrent l'adéquation de leur formation antérieure et de leurs projets professionnels en lien avec le parcours visé.
- En matière d'expériences professionnelles le recrutement se fondera sur la prise en compte de la sensibilisation au milieu professionnel correspondant au parcours choisi et la présentation d'un projet professionnel.

Et après

Poursuite d'études

Les étudiants en Humanités et Industries Créatives titulaires de leur master 2 peuvent, s'ils le souhaitent, élargir le champ de leur spécialisation dans d'autres parcours de master et poursuivre en thèse.

Passerelles et réorientation

Des réorientations sont possibles avec d'autres masters à la fin du master 1 et du master 2.

Insertion professionnelle

Les étudiants à l'issue de leur scolarité bénéficient de stages de longue durée en entreprise. Ces stages facilitent l'insertion professionnelle. Les étudiants peuvent trouver au sein de ces entreprises un contrat après l'obtention de leur diplôme.

Secteurs d'activité : Le titulaire peut exercer dans une institution privée ou publique, dans une association culturelle, dans une entreprise évoluant dans le secteur des industries créatives (agences de communication, édition...), de la presse écrite ou audiovisuelle, *on line*, TV, radio ou exercer de façon autonome.

Une grande diversité de métiers sont accessibles aux diplômés de ce master en fonction du parcours choisi et des secteurs d'activité :

- responsable de communication en entreprise et/ou interne, chargé/e des relations publiques, responsable de projet événementiel, concepteur/conceptrice de contenus multimédias, *Community manager* ; assistant/assistante éditorial/e, concepteur/

Admission

Conditions d'admission

Capacité d'accueil globale de la mention en master 1 et 2 (4 parcours) : 60 étudiants par promotion de M1 et M2

Modalités de recrutement :

Pour le master 1 (Bac + 3) et le master 2 (Bac + 4) :

- Présélection sur dossier
- Entretien oral

Critères de recrutement :

Les pièces constitutives du dossier sont : les pièces communes aux candidatures de Master conformément à la délibération du Conseil d'Administration de l'Université Paris Nanterre relative aux admissions en Master subordonnées à l'examen du dossier du candidat : <http://masters.parisnanterre.fr>

- Une première expérience du métier et stage en entreprise appréciés en master 1
- Expérience du métier et stage en entreprise exigés en master 2

Pré-requis et critères de recrutement

Mentions de Licences conseillées :

- Licence (ou master) de Sciences Humaines et sociales : communication, lettres, humanités, histoire, arts du spectacle, histoire de l'art, philosophie, etc.

conceptrice et responsable de projets éditoriaux, de publications papier, d'édition en ligne, secrétaire d'édition, correcteur/correctrice, lecteur/lectrice, rédacteur/rédactrice éditorial/éditoriale, presse, web, responsable de projet en création et édition numérique, webmaster éditorialiste, responsable de communication, directeur/directrice éditorial/éditoriale et de collection ; médiateur/médiatrice social/sociale et culturel/culturelle, responsable des relations publiques, concepteur/conceptrice artistique ; journaliste de presse audiovisuelle, journaliste de presse écrite, journaliste de presse radiophonique, journaliste en ligne, journaliste présentateur/présentatrice radio, journaliste

présentateur/présentatrice TV, journaliste rédacteur/rédactrice, journaliste spécialisé/e, cyber-journaliste

Contact(s)

> Vanessa Lambert

Contact administratif
lambert.v@parisnanterre.fr

> Pierre Hyppolite

Responsable pédagogique
phyppolite@parisnanterre.fr