



Université
Sorbonne
Paris Nord

MASTER

Innovations en communication

Formation par la voie initiale,
ouverte en formation continue

Mention

Création numérique



Objectifs de la formation

En préparant les étudiant·es au management des innovations numériques, le Master Innovations en communication met l'accent sur les technologies, la constitution de l'offre, la mise en marché, les modèles socioéconomiques, les usages, les enjeux sociaux et aborde les aspects juridiques et environnementaux.



Compétences visées

Les diplômé·es devront :

- être en mesure d'assurer la conduite de projets innovants dans toutes leurs dimensions, – de l'analyse du contexte aux réalisations concrètes, et à l'évaluation des actions menées – en se positionnant à l'interface entre les compétences en recherche et développement, organisation, conception, communication et les compétences liées aux métiers spécifiques de l'entreprise et des institutions et en maîtrisant les techniques et méthodes de gestion de projet ;
- être en mesure d'analyser le contexte propre à l'intégration d'une innovation en communication, de prendre en compte la stratégie de l'entreprise ou de l'institution dans ce domaine, de déterminer des actions spécifiques de conduite du changement ;
- avoir une connaissance approfondie des supports numériques, maîtriser les principes de conception d'un produit/service numérique, les techniques de communication et la conduite d'études ainsi que l'analyse des enjeux de l'introduction et du développement des innovations ;
- pouvoir élaborer la construction d'argumentation pour justifier des choix relatifs aux projets, le diagnostic de besoins, l'évaluation des coûts et délais, l'établissement d'un cahier des charges, la rédaction de rapports, synthèses et supports d'information.



Débouchés

La formation vise la professionnalisation des futurs diplômé·es amené·es à travailler au cœur des développements numériques et de la transformation digitale des entreprises et institutions et vise plus particulièrement les métiers relatifs aux fonctions de chef·fe de projet, développeur·se de téléservices, concepteur·trice multi-support, e-learning, éditeur·trice électronique, courtier·ière en informations, chargé·e de stratégie de veille, rédacteur·trice de contenus numériques, administrateur·trice de sites web, de services participatifs et d'intranet dans les entreprises, les start-up ainsi que les territoires numériques (collectivités territoriales).

La formation prépare également aux métiers du conseil et de chargé·e d'études, de préconisation ou d'évaluation, d'analyse des usages et besoins, de satisfaction clients et benchmarking.

Le Parcours étant indifférencié, les étudiant·es, qui souhaitent poursuivre leurs études en formation doctorale, ont la possibilité de s'inscrire en thèse au Labsic et rejoindre l'école doctorale Erasme.



Admission des candidat·es

La formation est ouverte en formation initiale.

Le Master 1 s'adresse aux étudiant·es titulaires d'une Licence (L3) ou d'une Licence Professionnelle et aux diplômé·es d'Écoles d'ingénieur. L'accès en Master 2 est possible sous certaines conditions pour les candidat·es titulaires d'une Maîtrise ou d'un Master 1. Toutefois, les places disponibles sont plus limitées. Le recrutement (M1 et M2) s'effectue sur dossier et entretien. L'orientation vers les deux parcours s'effectue selon la formation initiale et le projet professionnel de chaque étudiant·e.

Le Master est ouvert aux candidat·es relevant de la formation continue. Pour ceux qui demandent une validation de leurs acquis ou de leur expérience professionnelle, le dossier de VAP est examiné par une commission pédagogique, celui de VAE donne lieu à une audition devant jury.



Programme de la formation

Les enseignements du Master s'organisent autour de quatre niveaux de compétences et savoirs : la gestion de projet, le numérique, les réseaux et services et les stratégies communicationnelles. Cette articulation favorise une cohérence forte et productive tant du point de vue des parcours rendus possibles et des passerelles entre des champs d'activités jusque-là cloisonnés. Elle permet ainsi aux étudiant·es d'acquérir les compétences en matière de management de projets numériques et innovants.

La formation est organisée en deux ans :

première année

Le premier semestre (S1), d'octobre à fin janvier, est consacré essentiellement aux cours et projets et le second (S2) à un stage de 4 ou 5 mois pendant lequel les étudiant·es réalisent un rapport d'analyse sous la direction d'un·e enseignant·e de l'équipe pédagogique.

5 UE sont mutualisées avec le parcours Design d'interface multimédia et internet (tronc commun), 4 UE sont propres aux parcours. Un projet tuteuré (enquête) est réalisé avec l'ensemble des étudiant·es et deux enseignant·es et donne lieu à la rédaction d'un rapport d'étude, et une réalisation numérique, en équipe.

deuxième année

Le troisième semestre (S3), d'octobre à fin janvier, est consacré essentiellement aux cours, aux projets et à la préparation et la participation aux journées Cross Média et le quatrième (S4) à un stage de 5 ou 6 mois, pendant lequel les étudiant·es réalisent un mémoire de Master sous la direction d'un·e enseignant·e de l'équipe pédagogique.

En première et deuxième années, des projets tuteurés sont proposés par petits groupes d'étudiant·es de la promotion, pour une analyse de réseaux de compétences et d'acteur·trices dans le secteur du numérique, en relation directe avec des acteur·trices professionnels.

Enseignements

M1	Semestre 1	<p>UE 1 Création et développement numérique – Hackaton (5 ECTS) Commun DIMI</p> <p>UE 2 Management de projets (6 ECTS) Commun DIMI</p> <p>UE 3 Recherche en SIC et analyses de dispositifs (6 ECTS) Commun DIMI</p> <p>UE 4 Enjeux des transitions numériques (4 ECTS) Commun DIMI</p> <p>UE 5 Analyse sectorielle et insertion professionnelle (5 ECTS) Commun DIMI</p> <p>UE 9 Anglais professionnel (4 ECTS)</p>
		<p>UE 6 Industries de la communication et usages (5 ECTS)</p> <p>UE 7 Projet tuteuré professionnel (10 ECTS)</p> <p>UE 8 Méthodologie de recherche, analyse et stage (15 ECTS)</p>
M2	Semestre 3	<p>UE 10 Méthodologie de recherche et mémoire (6 ECTS)</p> <p>UE 11 Innovations en communication et problématiques contemporaines (5 ECTS)</p> <p>UE 13 Réseaux et services (5 ECTS)</p> <p>UE 14 Stratégie de l'exploitation des données (5 ECTS)</p> <p>UE 15 Enjeux juridiques et financiers (5 ECTS)</p> <p>UE 17 Digital innovations (4 ECTS)</p>
		<p>UE 12 Gestion de projets innovants (5 ECTS)</p> <p>UE 16 Réseaux professionnels et de compétences (5 ECTS)</p> <p>UE 18 Mémoire de master et stage (20 ECTS)</p>

ACCÈS AU CAMPUS

En voiture

- À partir de Paris Porte de la Chapelle
Autoroute A1 [direction Lille] Sortie
N° 2 (Saint-Denis – Stade de France)
puis direction Villetaneuse Université.

En transports en commun

- Depuis Paris
 - Train ligne H, de la Gare du Nord (quais 30 à 36), jusqu'à la gare d'Épinay-Villetaneuse. Sortie côté Villetaneuse puis Tramway T11 [direction Le Bourget] jusqu'à l'arrêt Villetaneuse Université ou bus 361 [direction Gare de Pierrefite-Stains RER] jusqu'à l'arrêt Université Paris 13.
 - Tramway T8, arrêt Jean Vilar.
- Depuis le campus de Saint-Denis
Bus 256 [direction Gare d'Enghien],
arrêt 76, route de Saint-Leu.
- Depuis le campus de Bobigny
Tramway T1 [direction Gare de Saint-Denis], jusqu'à Marché de Saint-Denis puis Bus 256 [direction Gare d'Enghien], arrêt 76, route de Saint-Leu.

CONTACTS

UFR des Sciences de la communication

Université Sorbonne Paris Nord
99, avenue Jean-Baptiste Clément
93430 Villetaneuse

Secrétariat pédagogique

Bureau G210
01 49 40 32 80
master.innovation@univ-paris13.fr

Responsable de la formation

Dominique CARRÉ
dominique.carre@univ-paris13.fr
Geneviève VIDAL
genevieve.vidal@univ-paris13.fr

Service de la formation continue

formationcontinue.ufrcom@univ-paris13.fr

CANDIDATER

Candidatez en ligne sur :

<https://comm.univ-paris13.fr/candidatures/>



<https://comm.univ-paris13.fr/formations/master-1-et-2-innovations-en-communication-2/>