

# MASTER

## Édition

### Commercialisation du livre et Politiques éditoriales (parcours Politiques éditoriales)

Formation par la voie initiale,  
ouverte en formation continue

Formation en alternance

Mention

**Métiers du livre  
et de l'édition**



## Objectifs de la formation

### Le Master Édition – Commercialisation du livre et Politiques éditoriales

a pour objectif général de former des spécialistes de la chaîne du livre tant physique que numérique. En première année, les étudiant·es suivent une formation commune et choisissent ensuite de poursuivre dans le M2 Commercialisation du livre ou le M2 Politiques éditoriales.

Ce Master vise à former en deux ans des professionnel·les susceptibles d'intervenir à tous les niveaux de **la conception, la réalisation** et la commercialisation des ouvrages, sur support papier comme sur support numérique. Il permet aux étudiant·es d'acquérir des connaissances développées en matière d'analyse des publics, de pratiques d'achat et de lecture, d'approche socio-économique du livre et de l'édition, **de techniques et de stratégies éditoriales**, de techniques de marketing et de promotion, d'expertise juridique, de savoir-faire dans le domaine de la vente et de l'achat de droits ou encore de pratiques de commercialisation, de diffusion et de vente, notamment en librairie.

Le programme articule connaissances théoriques et compétences professionnelles grâce aux interventions de nombreux acteurs de la chaîne du livre. L'accent est mis sur les applications du numérique dans le domaine du livre et sur la dimension internationale, en particulier au travers de stages hors de France proposés aux étudiants de la formation initiale, et d'accords avec des universités étrangères. De nombreux·ses intervenant·es professionnel·les, issu·es des structures les plus prestigieuses de l'édition, de la diffusion, de la distribution et de la librairie, participent à la formation.



## Compétences visées

Les étudiant·es possèdent à l'issue de la formation des compétences :

- méthodologiques d'analyse des situations de travail et de conduite d'équipes ;
- techniques sur la fonction éditoriale et en matière d'analyse juridique ;
- en planification et gestion du travail éditorial et commercial ;
- dans le maniement des outils informatiques utilisés dans leur milieu professionnel ;

- en matière d'élaboration de stratégies éditoriales et de politiques commerciales ;
- en matière d'élaboration de stratégies de marketing et de promotion des produits des industries culturelles ;
- dans l'analyse des publics.



## Débouchés

Les fonctions auxquelles prépare le Master s'exercent principalement dans les entreprises d'édition (papier ou numérique), de diffusion et de distribution, dans les entreprises de vente du livre (librairies physiques ou en ligne et autres points de vente), ainsi que dans les structures de promotion et de médiation du livre (groupements professionnels, salons et fêtes du livre, structures publiques ou parapubliques).

Les types d'emplois accessibles à l'issue de la formation sont : éditeur·trice, responsable de distribution, directeur·trice commercial·e, responsable de promotion, chargé·e de projet marketing (y compris webmarketing), attaché·e de presse, community manager, responsable des achats et des cessions de droits, chargé·e des relations avec les libraires en maison d'édition, responsable de manifestations et d'événements destinés à promouvoir le livre, libraire, chef·fe de rayon livres, responsable livre de centrales d'achat, responsable de diffusion, chargé·e de mission dans les organismes publics.



## Admission des candidat·es

Pour l'admission en première année, être titulaire d'une licence, quelle que soit la discipline. Pour l'admission en deuxième année, être titulaire d'une première année de Master (ou équivalent). Les candidat·es sont sélectionnés à partir d'un dossier, puis d'un entretien. Il est indispensable pour l'admission en apprentissage et fortement recommandé pour la formation initiale d'avoir effectué un ou plusieurs stages en maison d'édition, en structure de diffusion ou en librairie, en France ou à l'étranger. La maîtrise de l'anglais est indispensable.

Les candidat·es sont sélectionné·es à partir d'un dossier, puis d'un entretien. Celles et ceux qui souhaitent poursuivre en M2 Politiques éditoriales sont sélectionné·es dès l'admission en M1. La pertinence du projet professionnel et la motivation seront tout particulièrement examinées.

Le Master est ouvert aux candidat·es relevant de la formation continue.  
FC / VAE / VAP / Conditions tarifaires : informations supplémentaires sur [comm.univ-paris13.fr/formation-continue/](http://comm.univ-paris13.fr/formation-continue/)



## Programme de la formation

La formation est organisée sur deux ans.

### Master 1 :

En formation initiale, les cours sont dispensés de fin septembre à fin février. Un stage obligatoire de 3 à 6 mois se déroule entre début mars et fin août.

En apprentissage, la formation commence le 1<sup>er</sup> septembre et se termine le 31 août. Le mois de septembre se fait à temps plein en entreprise. À partir du 1<sup>er</sup> octobre et jusqu'à la fin du mois de juin, les étudiants sont en cours le lundi et le mardi et en entreprise le mercredi, le jeudi et le vendredi. Les étudiants sont à temps plein en entreprise en juillet et en août.

### Master 2 :

En formation initiale, les cours ont lieu de fin septembre à fin février, puis sont suivis d'un stage obligatoire de 5 à 6 mois, entre début mars et fin septembre.

Les missions confiées aux stagiaires sont soumises à l'accord de la responsable de parcours. Ces stages font systématiquement l'objet d'une convention et d'un bilan final.

En apprentissage, la formation commence le 1<sup>er</sup> septembre et se termine le 31 août. Le mois de septembre se fait à temps plein en entreprise. À partir du 1<sup>er</sup> octobre et jusqu'à la fin du mois de juin, les étudiants sont en cours le jeudi et le vendredi et en entreprise le lundi, le mardi et le mercredi. Les étudiants sont à temps plein en entreprise en juillet et en août.

## Enseignements

<b>M1</b>	<b>Semestre 1</b>	<b>UE 1</b> Socio-économie des industries culturelles et de l'édition (10 ECTS)	<b>Semestre 2</b>
		<b>UE 2</b> Production du livre (fabrication, PAO) (10 ECTS)	
		<b>UE 3</b> Édition numérique et conception graphique (10 ECTS)	
	<b>UE 4</b> Marketing, diffusion, distribution et promotion du livre (5 ECTS)		
	<b>UE 5</b> Technologie de la librairie et animation des salons du livre (5 ECTS)		
	<b>UE 6</b> Méthodologie (5 ECTS)		
	<b>UE 7</b> Anglais de l'édition (5 ECTS)		
	<b>UE 8</b> Rapport d'analyse (10 ECTS)		
<b>M2</b>	<b>Semestre 3</b>	<b>UE 9</b> Structures éditoriales et marchés du livre (8 ECTS)	<b>Semestre 4</b>
		<b>UE 10</b> Gestion éditoriale (8 ECTS)	
		<b>UE 11</b> Anglais et droits étrangers (8 ECTS)	
		<b>UE 12</b> Méthodologie (6 ECTS)	
	<b>UE 13</b> Droit de l'édition (4 ECTS)		
	<b>UE 14</b> Marketing (5 ECTS)		
	<b>UE 15</b> Techniques de production (5 ECTS)		
<b>UE 16</b> Conduite de projets (8 ECTS)			
<b>UE 17</b> Mémoire (8 ECTS)			

## 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.

## CANDIDATER

Candidatez en ligne sur :

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



[https://comm.univ-paris13.fr/  
masters-edition/](https://comm.univ-paris13.fr/masters-edition/)

## CONTACTS

### UFR des Sciences de la Communication

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

### Secrétariat pédagogique

Bureau G208  
01 49 40 30 36

#### M1

master.comlivre@univ-paris13.fr (FI)  
master.comlivreapp@univ-paris13.fr (FA)

#### M2

master.poledito@univ-paris13.fr (FI)  
master.poleditoapp@univ-paris13.fr (FA)

### Responsable de la formation

#### M1 Édition – Commercialisation du livre et Politiques éditoriales

Sophie NOËL (FI)  
sophie.noel@univ-paris13.fr  
Corinne ABENSOUR (FA)  
corinne.abensour@orange.fr

#### M2 Politiques éditoriales

Catherine LAULHERE  
laulhere-vigneau@univ-paris13.fr

### Service de la formation continue

formationcontinue.ufrcom@univ-paris13.fr