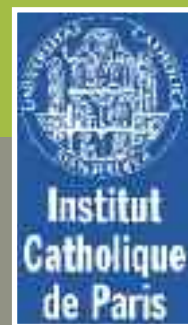


MASTER 2 professionnel

sciences sociales et économiques, spécialité :

MÉTIERS DE L'INFORMATION ET DE LA COMMUNICATION



Une formation tournée vers l'acquisition d'un portefeuille de compétences.

Trois finalités orientent ce master* :

- **l'acquisition de compétences** dans le cadre d'un cursus de formation initiale, le master venant compléter des savoirs et connaissances antérieures ;
- **la validation des acquis** dans un cadre institutionnel ;
- **la reconnaissance**, par l'obtention d'un diplôme, de compétences en vue d'une évolution dans son milieu professionnel.

OBJECTIFS

Former à la compréhension des métiers de l'information et de la communication, en lien avec différents acteurs des médias de l'écrit, de l'audiovisuel et des nouveaux médias Internet.

Les métiers et outils de la communication sont aussi traités, par le biais d'acteurs concernés de l'entreprise, d'institutions ou d'agences de communication également appelés à intervenir ou être visités. Les études d'opinion (sondages, études marketing) seront également abordées.

DROITS D'INSCRIPTION 2010/2011 ET FINANCEMENT DES ÉTUDES

L'Institut Catholique de Paris propose 3 tarifs modulés en fonction des ressources de l'étudiant et/ou de sa famille et un tarif formation continue pour les cadres d'entreprises.

	Tarif A	Tarif B	Tarif C	Formation continue
Master 2	4 100 €	4 100 €	-	6 150 €

TARIF A Boursiers d'Etat - Familles dont le dernier revenu imposable est ≤ à 10 000 € par part dans la limite de 3,5 parts, ou ≤ à 12 000 € pour 4 parts ou plus.

TARIF B Étudiants étrangers - Familles dont le dernier revenu imposable est > à 10 000 € par part dans la limite de 3,5 parts ou > à 12 000 € pour 4 parts ou plus, mais est ≤ à 20 000 € par part.

TARIF C Familles dont le dernier revenu imposable est > à 20 000 € par part.

Ces tarifs comprennent les frais d'inscription, les frais de dossier et de bibliothèque. Ils ne comprennent pas la cotisation de Sécurité sociale étudiante ni la visite médicale.

Des conditions de paiements échelonnés peuvent être proposées par l'Institut Catholique de Paris.

L'inscription en Master ouvre droit aux bourses d'Etat du CROUS (voir conditions avec le CROUS).

L'Institut Catholique de Paris a passé des accords avec des partenaires financiers pour proposer aux étudiants des prêts à des conditions adaptées (taux réduit et sans caution).

Pour tout renseignement complémentaire, contacter la FASSE - Valentine de La Celle : 01 44 39 52 00 ou le Secrétariat Universitaire : 01 44 39 52 25.

PÉDAGOGIE

Ce master est conçu et dirigé pour mettre les étudiants en situation à la fois réceptive et active :

- **réceptive** en accueillant et écoutant à rythme régulier des praticiens de l'information et de la communication relevant des différents domaines concernés.
- **active** en concevant avec le directeur du master et des chargés de cours, un espace de réflexion et de débat avec les milieux professionnels concernés à l'occasion de leur présence et à partir des éléments d'intervention de ces derniers.

DÉBOUCHÉS

Métiers de la communication d'entreprise, dans ses différents domaines, de la communication institutionnelle, d'agence ou au service d'associations (ONG). Les métiers du journalisme, y compris d'entreprise, supports écrits, audiovisuels, ou Internet.

CONDITIONS D'ACCÈS

Admission sur obtention d'un Master 1 ou niveau bac + 4, ou titulaire d'un DU de médiation, ou professionnels pouvant justifier de trois années d'expérience.

FACULTÉ DE SCIENCES SOCIALES ET ÉCONOMIQUES (FASSE)

Jean-Philippe Moinet
Directeur du Master

Valentine de La Celle
Informations
v.delacelle@icp.fr
01 44 39 52 00

Services aux étudiants

Orientation
Pascale Tessier
p.tessier@icp.fr
01 44 39 55 30

Échanges internationaux
Claire Bisiaux
international@icp.fr
01 44 39 84 63

Jobs et Logements
Gisèle Auger
jobsetlogements@icp.fr
01 44 39 60 24

Information, documentation
Catherine Guillot
contact@icp.fr
01 44 39 52 52

www.icp.fr

Rendez-vous

PORTES OUVERTES
samedi 20 mars 2010

* Diplôme canonique reconnu par le Saint Siècle, signataire des accords de Bologne (LMD)



MASTER 2 professionnel

sciences sociales et économiques, spécialité :

MÉTIER DE L'INFORMATION ET DE LA COMMUNICATION

SEMESTRE 1 - MODULES GÉNÉRAUX

	HEURES	ECTS
MODULE 1 - ÉTHIQUE ET DROIT DE L'INFORMATION Ce cours comporte une présentation des éléments de droit, de jurisprudence et de déontologie (pratiques et chartes) qui concernent l'activité des journalistes et la vie des médias. Il amène à une série de réflexions sur les médias, les pratiques déontologiques, leurs vertus et leurs limites.	20h	5
MODULE 2 - THÉORIE ET PRATIQUE DE L'INFORMATION Ce cours, par le biais essentiellement de rencontres avec des professionnels (interventions et rencontres suscitant des débats, des travaux ou des recherches d'étudiants), s'intéresse aux problématiques théoriques et pratiques liées à la vie des médias, écrits, audiovisuels ou Internet.	40h	5

MODULES PROFESSIONNELS

MODULE 3 - FACETTES ET VARIÉTÉ DE LA VIE DES MÉDIAS Plusieurs approches et secteurs d'activités médiatiques sont développés: qu'il s'agisse de l'économie des médias, des médias en Europe (hors de France), de la télévision, de la radio, des productions documentaires ou encore de la presse économique et spécialisée, diverses facettes de la vie des médias sont présentées, étudiées et font l'objet d'exposés ou exercices pratiques des étudiants.	100h	10
MODULE 4 - VIE ET PRATIQUE DE LA COMMUNICATION D'ENTREPRISE ET D'AGENCE Les divers champs d'activités professionnelles que couvre la communication d'entreprise et d'agences (agences de communication, agences de publicité) sont distingués, présentés et détaillés. Divers acteurs de la communication d'entreprise et d'agence sont aussi invités à présenter leurs parcours, leurs expériences et leurs activités. L'objectif est de mieux connaître les divers aspects de la communication d'entreprise ou d'agence, la réalité et les évolutions de ces métiers, en reliant les enjeux de la communication interne (vers les salariés) et de la communication externe (vers divers publics) et de mieux connaître les outils mis en œuvre dans ces domaines	42h	5
MODULE 5 - VIE ET PRATIQUE DE LA COMMUNICATION PUBLIQUE ET CITOYENNE Il s'agit d'étudier et de mettre en perspective les modes de communication mis au service de causes ou services d'intérêt général : Etat, institutions ou établissements publics, collectivités territoriales, entreprises publiques ou ONG. Un cours développe les divers volets de la communication publique et institutionnelle, notamment en ce qui concerne la concertation publique, les débats publics, de dimension nationale ou locale. Un cours précise l'historique et le développement des « nouveaux médias » Internet, les usages en ce domaine. Sont également mis en perspective les diverses formes d'études représentatives de l'opinion (sondages) et de consultation des citoyens, ainsi que les débats qui concernent ces techniques à fort impact de communication	56h	5

TOTAL SEMESTRE 1 **258h** **30**

SEMESTRE 2 - STAGE ET/OU OBSERVATION PARTICIPANTE EN MILIEUX PROFESSIONNELS DE 4 À 6 MOIS : **30**

TOTAL MASTER 2 **60**

DIRECTION DES ÉTUDES

Directeur : Jean-Philippe Moinet.

Coordinateur académique : Jean-Philippe Moinet a été journaliste (*Figaro*, grand reporter, responsable de services ; Chaîne parlementaire LCP - AN, animateur et responsables d'émissions), acteur associatif et conseiller dans les

domaines institutionnels et universitaires (conseiller du Médiateur de la République, Secrétaire général du Haut Conseil à l'intégration, responsable de deux missions ministérielles: lutte contre le racisme, l'antisémitisme et toutes formes d'intolérance; cérémonies d'entrée dans la nationalité française; Auteur, consultant, fondateur de la *Revue Civile et européenne*).