

Intelligence **MIIC**
et innovation culturelles
Études anglophones

- formation initiale
- formation continue
- formation en alternance

Imaginer aujourd'hui le monde de demain.

#anglais, #sémiologie appliquée, #pratiques culturelles,
#prospective, #médias, #nouvelles technologies,
#médiation culturelle, #communication, #brand design

En prise directe avec les stratégies de l'innovation, le master Intelligence et innovation culturelles (MIIC) forme les étudiants aux métiers de la culture, du brand design, de la prospective, de la communication.

Cette formation professionnalisante bilingue est assurée par des professionnel.le.s des médias, des technologies du web, du monde de la culture, et des spécialistes de sémiologie et d'études visuelles.

Elle permet l'acquisition de compétences clés des métiers de l'innovation : décryptage des pratiques culturelles, compréhension des stratégies de marques et des mutations de la culture digitale, analyse des enjeux de la mondialisation. Des stages en première et seconde années de master, à l'étranger et en France, un contact soutenu avec des entreprises innovantes (start-up, agences de tendance, cabinets de stratégie marketing...) ouvrent les étudiant.e.s à un large spectre de métiers.

En seconde année, la formation favorise l'alternance par la mise en place de contrats de professionnalisation.

Les enseignements

*Un cursus réellement bilingue :
70% des enseignements
sont donnés en anglais.*

Première année

- Sémiologie appliquée
- Brand content
- Outils de l'analyse :
sociologie / anthropologie culturelle /
media studies / visual studies
- Initiation aux technologies numériques
- Management de projets
- Writing and oral skills

Seconde année

- Enjeux de la mondialisation culturelle
- Culture visuelle
- Management de projets
- Incubation de projet entrepreneurial

Team projects

- *MIIC talks* : cycle de conférences avec des professionnel.le.s organisé par les étudiant.e.s
- *CultureIndustry conference* : les étudiant.e.s sont étroitement associé.e.s à l'organisation de la conférence internationale *CultureIndustry* qui réunit des professionnel.le.s et des chercheur.e.s travaillant sur les grands enjeux de la société contemporaine
- Le MIIC sur les réseaux sociaux : les étudiant.e.s sont en charge de la stratégie de communication du cursus : Blog / Réseaux sociaux / Réseau des ancien.ne.s

L'alternance

Le projet d'alternance en M2 se construit durant le M1 avec l'appui de l'équipe pédagogique et le réseau professionnel du master.

Stages

- Stage en M1 de deux à six mois
- Stage de fin d'études en M2 de six mois

Stages et contrats de professionnalisation chez :

- GrdF, Cléor, Acné Studios, Breakthrough Innovation Group...
- Agences et cabinets (publicité, communication, tendance, référencement) : Ogilvy Paris, Publicis Groupe, Peclers Paris, KPMG, Meanings, Darewin, Brain Value, Yuman, Eskimoz...
- Centre Pompidou, Philharmonie de Paris, Ministère de la culture, Ministère de l'intérieur, Palais de Tokyo...
- MIT Museum, Harvard Museum of Scientific Instruments

Titres requis

En master 1^{re} année

- Licence domaine Lettres / Arts / Sciences Humaines / Langues étrangères
- Ecoles de commerce / BTS / Ecoles spécialisées (Communication, graphisme, marketing)

En master 2^{de} année

- Master 1^{re} année domaine Lettres / Arts / Sciences Humaines / Langues étrangères
- Ecoles de commerce / BTS / Ecoles spécialisées (Communication, graphisme, marketing)

Niveau d'anglais requis : C2

Le master est ouvert aux étudiant.e.s étranger.e.s.

Niveau de français requis : C1

Compétences visées

Compétences «Métier»

- Capacité à sélectionner, analyser, hiérarchiser l'information
- Capacité à mobiliser ses connaissances des enjeux contemporains (culture mondialisée, pratiques culturelles, cultures digitales...)
- Capacité à argumenter à l'écrit et à l'oral (dans les deux langues)
- Capacité à planifier et à organiser la réalisation des projets

Domaines abordés

- Brand design, cultures contemporaines, économie de la culture, cultures digitales, médias, mondialisation...

Compétences transversales

- Inventivité, curiosité, rigueur, travail en équipe...

Après le master

Secteurs d'activité

- Agences et groupes : communication / tendance / publicité / relations presse
- Institutions culturelles (centres d'art, festivals...)
- Start-up (économie digitale)
- Agences de référencement

Métiers exercés

- Concepteur-rédacteur
- Brand designer
- Planneur stratégique
- Webmaster
- Chargé.e. de production (médias, institutions culturelles)

Poursuite d'étude en doctorat

- Ecoles doctorales domaine Lettres / Arts / Sciences Humaines
- Admission sur dérogation*

Modalités d'inscriptions

Candidatures à envoyer, fin mai, par mail à sophie.r@univ-paris-diderot.fr :

- CV
- lettre de motivation (en français ou en anglais)
- deux lettres de recommandation (enseignant.e.s ou professionnel.le.s)
- candidat.e.s au M1 : résultats du L2 et du L3
- candidat.e.s au M2 : résultats du M1

Sélection sur entretien (en anglais et en français), seconde quinzaine de juin. Les entretiens des candidat.e.s à l'étranger peuvent avoir lieu par Skype.

Taux d'insertion professionnelle :

à l'issue du stage de fin d'études **90 %**
dont 10% d'auto-entrepreneurs.euses

Salaire d'embauche à la sortie :

30% entre 17K€ et 19K€ net / an
40% entre 20K€ et 28K€ net / an
30% entre **29 et 30K€** brut / an

Cadres :

80 %

sources : U.F.R. Études anglophones

U.F.R. Études anglophones

Responsable de la formation

Sara Thornton
sara.thornton@univ-paris-diderot.fr

Directrice adjointe

Catherine Bernard
catherine.bernard@univ-paris-diderot.fr

Contacts

Formation initiale et continue :

Sophie Rouquette
sophie.r@univ-paris-diderot.fr

www.univ-paris-diderot.fr/MIIC