

MASTER PARCOURS DIGITAL, MÉDIAS & CINÉMA

Master Histoire de l'art

Le parcours « Digital, Médias & Cinéma » du Master 2 Histoire de l'art (aussi surnommé le « DMC ») est une formation universitaire d'excellence, qui forme chaque année des promotions limitées à moins de vingt-cinq étudiants. Le Master DMC propose une approche universitaire originale tant par son projet pédagogique que par son mode de fonctionnement. En effet, les étudiants y sont en contact direct avant tout avec le monde professionnel. Une large partie des cours est confiée, aux côtés des enseignants-chercheurs de l'université Paris 1, à des producteurs, distributeurs, financiers, cadres dirigeants et ou innovateurs du monde du digital, des médias et du cinéma. Ceux-ci viennent transmettre leurs savoirs et enseigner de première main leur profession. La formation est construite ensuite autour de nombreux cas pratiques et de travaux de groupes destinés à mettre les étudiants en situation réelle, à encourager leur esprit d'initiative et leur prise de responsabilité. Ce type d'enseignement, fondé sur l'APP (apprentissage par projet), est ainsi un des atouts majeurs de la formation.

Le Master est aujourd'hui codirigé par Nicolas Brigaud-Robert (docteur en sociologie, spécialiste de la socio-économie des médias, fondateur et dirigeant du groupe Playtime) et Stéphane Goudet (docteur en histoire du cinéma, chercheur et critique ainsi que directeur artistique de la salle Le Méliès).

Infos pratiques

Composante : École d'histoire de l'art & d'archéo. de la Sorbonne (EHAAS)

Durée : 2 ans

Crédits ECTS : 120

Campus : Galerie Colbert

En savoir plus :

Site internet du Master DMC

<http://www.master-dmc.fr/>

Site internet de l'Ecole d'histoire de l'art et d'archéologie de la Sorbonne

<https://histoire-de-l-art-archeologie.pantheonsorbonne.fr/nos-formations/masters/masters-histoire-lart/master-2-digital-medias-cinema>

Présentation

Savoir-faire et compétences

Les candidats retenus viennent d'horizons scolaires divers et présentent souvent des trajectoires atypiques mais ont tous en commun d'avoir prouvé une très forte motivation pour le secteur auquel ils se destinent (souvent à travers des stages préalables) une grande curiosité intellectuelle et une forme d'exigence envers eux-mêmes qui sont les qualités indispensables pour réussir une scolarité au sein du Master DMC.

Les + de la formation

L'importance prise par le M2 " Digital Médias Cinéma " auprès des professionnels s'explique aussi par le fait que la formation s'appuie sur des partenariats récurrents avec une centaine de sociétés (TF1, NRJ, France Télévisions, Mediawan, M6, Canal+, UGC, Gaumont, The Media Club, Film Talents, SND, Microsoft, Golden Moustache, etc.) et par le réseau constitué par ses anciens élèves.

Organisation

Membres de l'équipe pédagogique

Responsables pédagogiques de la formation :

Master 2 : M. Stéphane GOUDET et M. Nicolas BRIGAUD-ROBERT

M2DMC@univ-paris1.fr

Gestionnaires administratifs de la formation :

Master 1 : Mme Nadine RENAUDIN

masters1ufr03@univ-paris1.fr

Master 2 : M. Denis GARDENET

masters2ufr03@univ-paris1.fr

Admission

Conditions d'admission

Pour les étudiants ayant validé leur première année de Master Histoire de l'art à l'École d'histoire de l'art et d'archéologie de la Sorbonne (EHAAS - UFR 03), l'admission en 2ème année de Master est de droit. Une plateforme d'orientation, ouverte chaque année au printemps sur leur ENT, permet aux étudiants de M1 d'exprimer leur souhait de poursuivre en M2 parcours Digital, Médias & Cinéma, en joignant les documents demandés sur l'EPI prévu à cet effet.

Modalités d'inscription

Les étudiants ayant validé leur première année de Master Histoire de l'art à l'École d'histoire de l'art et d'archéologie de la Sorbonne (EHAAS - UFR 03) doivent se réinscrire via l'application [REINS](#). Les candidats issus d'autres établissements ou mention (y compris les titulaires d'un diplôme étranger), titulaires d'un M1 ou équivalent, sont invités à postuler sur l'application [eCandidat](#).

Aucune candidature ne sera acceptée après les [dates d'ouverture de la plateforme eCandidat](#) ou en dehors de cette procédure.

Outre un formulaire administratif à remplir, les candidats seront invités à soumettre les pièces suivantes :

- un curriculum vitae détaillé (sans photo).
- les relevés de notes de L3 et de M1 (uniquement le semestre 1 si le Master 1 est en cours de validation)
- une lettre de motivation exposant le parcours et le projet professionnel du candidat.
- un commentaire d'une ou deux pages maximum d'un événement que vous jugez important - intervenu récemment dans le secteur du digital, de la télévision ou du cinéma - en en justifiant le choix et la portée.
- pour les étudiants titulaires d'un diplôme étranger : la preuve d'un niveau de langue C1.

Les étudiants relevant de la plateforme [Etudes en France](#) ne pourront pas candidater en M1 en 2025/2026.

Pour les étudiants ayant achevé un M1 dans un autre parcours de la mention « Histoire de l'art » ou d'une autre mention de master compatible, l'admission en M2 se fait exclusivement à travers le dépôt d'une candidature en ligne sur la plateforme locale [eCandidat](#) selon le calendrier défini chaque année.

En M2, les étudiants titulaires d'un diplôme universitaire étranger (y compris extra-européen) présentent une candidature dans les mêmes conditions, selon le même calendrier et selon les mêmes procédures que les étudiants titulaires d'un diplôme français.

Aucune candidature en M1 ou en M2 ne sera acceptée après les [dates d'ouverture de la plateforme](#) ou en dehors de cette procédure.

Les candidats en reprise d'études (ayant interrompu leurs études universitaires depuis plus de deux ans) doivent en parallèle être accompagnés par le [Bureau de la reprise d'études et/ou de la Validation des acquis](#).

Et après

Insertion professionnelle

Chef de projet WEB, Producteur, Chef d'édition, Directeur de la communication, Responsable marketing, Responsable digital, Responsable acquisitions de programmes, Analyste crédit, Distributeur, Entrepreneur

Programme

Organisation

Les cours se déroulent de début septembre à début mars à l'INHA à Paris. A l'issue de cette période les étudiants doivent effectuer un stage de trois mois minimum. L'objectif de la formation est de faire en sorte que les étudiants soient opérationnels dès l'obtention de leur diplôme dans les métiers de la distribution, des acquisitions ou des ventes au sein de groupes audiovisuels, de plateformes internationales ou de structures indépendantes, comme également dans les métiers de la programmation, de la production ou du management de la télévision, du cinéma ou du digital.

L'année universitaire du master est rythmée par un certain nombre d'événements qui font partie intégrante de son identité et de l'expérience acquise par les étudiants en son sein. La formation débute par un séminaire d'intégration de trois jours à Cannes au mois de septembre. Puis, au mois de décembre, les étudiants organisent une remise de diplômes pour leurs prédécesseurs (promotion sortante) qui est aussi l'occasion d'une rentrée solennelle présidée généralement par une personnalité publique de premier plan. A cette occasion les étudiants publient l'Annuaire du DMC. Au mois de février, il est organisé un séjour au Festival International du Film de Berlin (La Berlinale). Enfin, début mars, les étudiants publient Le Replay, ouvrage destiné aux professionnels du secteur, rédigé et édité chaque année par les étudiants du DMC. Cette publication reprend, sous forme synthétique et graphique, les éléments à retenir de l'année écoulée dans le digital, les médias ou le cinéma et est largement diffusée dans les entreprises du secteur.

Master 1ère année Histoire du cinéma (FI)

Master 2ème année Digital, médias & cinéma

Semestre 3

UE 2 : Analyse des pratiques et des contenus	11 crédits	
Analyse des images		24h
Financement et gestion de la production cinéma		16h
Le cas producteur		24h
UE 3 : Langues	2 crédits	
UE1 : Méthodologie de la recherche	17 crédits	
Champs professionnels du digital, des médias et du cinéma	4 crédits	24h
Economie du digital et des groupes audiovisuels	4 crédits	20h
Les nouveaux modèles d'entreprises digitales	4 crédits	24h
Normes et régulations dans les industries de l'image	4 crédits	24h
Socio-économie de la télévision et du cinéma	4 crédits	24h

Semestre 4

UE 2 : Analyse des pratiques et des contenus	7 crédits	
La disruption dans les industries culturelles et créatives		12h
La Production de télévision : du développmt à la programmat		16h
L'année des médias : bilan sectoriel		9h
Le cas entrepreneur : créer une start-up dans les médias		12h
UE1 : Méthodologie de la recherche	9 crédits	
Histoire et pratiques de la critique et de l'exploitation	4 crédits	24h
Le marché mondial des films et des programmes	4 crédits	10h
Marketing du cinéma et des programmes	4 crédits	10h
UE3 Expérience professionnelle	14 crédits	
Stage et rapport de stage	14 crédits	420h