



Master Information et communication

Rapport Hcéres

► **To cite this version:**

Rapport d'évaluation d'un master. Master Information et communication. 2013, Université Sorbonne Nouvelle - Paris 3. hceres-02029422

HAL Id: hceres-02029422

<https://hal-hceres.archives-ouvertes.fr/hceres-02029422>

Submitted on 20 Feb 2019

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



agence d'évaluation de la recherche
et de l'enseignement supérieur

Section des Formations et des diplômes

Rapport d'évaluation du master



Information et communication

de l'Université Sorbonne Nouvelle
Paris 3

Vague D – 2014-2018

Campagne d'évaluation 2012-2013



agence d'évaluation de la recherche
et de l'enseignement supérieur

Section des Formations et des diplômes

Le Président de l'AERES

Didier Houssin

Section des Formations
et des diplômes

Le Directeur

Jean-Marc Geib



Evaluation des diplômes Masters – Vague D

Académie : Paris

Etablissement déposant : Université Sorbonne Nouvelle - Paris 3

Académie(s) : /

Etablissement(s) co-habilité(s) : /

Mention : Information et communication

Domaine : Sciences humaines et sociales (SHS)

Demande n° S3MA140006916

Périmètre de la formation

- Site(s) (lieux où la formation est dispensée, y compris pour les diplômes délocalisés) :

Université Sorbonne Nouvelle - Paris 3, Paris ; Macquarie University (Sidney, Australie), Communication University of China (Pékin) pour la spécialité *Communication internationale*.

- Délocalisation(s) : /
- Diplôme(s) conjoint(s) avec un (des) établissement(s) à l'étranger : /

Présentation de la mention

Cette mention en *Information et communication* vise à la formation d'étudiants en vue d'une poursuite en doctorat ou de leur insertion au niveau de professions intellectuelles, d'encadrement supérieur ou de responsabilité d'études et d'ingénierie (chargé d'études, de mission en communication, journaliste, chargé de projet en développement interculturel, concepteur de dispositifs de formation). La mention, reposant sur une première année de tronc commun, s'appuie sur des enseignements communs de fondements théoriques et pluridisciplinaires (information-communication, et plus largement sciences humaines et sociales). Elle ouvre en 2^e année à cinq spécialités (une orientation recherche et quatre professionnelles), et deux autres spécialités demandées à la création (recherche et indifférenciée) qui balisent ainsi le très large secteur des métiers relevant de l'information-communication. A côté d'une spécialité *Information et communication* (IC) dévolue à une orientation recherche, la spécialité professionnelle *Communication des entreprises et des institutions* relève de façon classique de la communication générale des organisations. Les autres spécialités ont notamment en commun une tonalité « culturelle » qui est celle de l'établissement : trois spécialités professionnelles *Journalisme culturel* (JC), *Communications interculturelles et ingénierie de projets* (CIIP) et *Applications informatiques : gestion, éducation aux médias et e-formation* (AIGEME) ; et deux spécialités en création, *Etudes culturelles et représentations médiatiques* (ECRM, recherche) et *Communication internationale* (CI, indifférenciée recherche et professionnel).



Synthèse de l'évaluation

- Appréciation globale :

Si parfois peu homogène du fait de spécialités très dissemblables, la mention sera au final cohérente grâce à l'objet fédérateur de la communication. Construite pertinemment autour d'un tronc commun en M1, elle est riche des cinq à sept spécialités proposées en M2, à leur tour originales, souvent fondées sur des niches professionnelles, puisées dans un univers professionnel très étendu ; celles-ci restituent alors une offre par trop éclatée, liée à l'histoire de l'établissement, qui ne répondra pas toujours aux objectifs assignés dans la mention à ces spécialités, à savoir une couverture du champ professionnel. La spécialité *Ingénierie des échanges interculturels* devient notamment plus lisible sous l'intitulé *Communications interculturelles et ingénierie de projets*, quand deux autres spécialités sont demandées à la création. L'admission est de droit en M1 pour les licences *Information et communication* ou *Lettres modernes*, parcours *Communication* de Paris 3. Une centaine des 250 étudiants de M1 sont issus hors du champ de l'InfoCom, la mention étant encore ouverte sur dossier à d'autres L3 ou équivalents en SHS (les modalités de sélection à l'entrée du M1 ne sont toutefois pas évoquées). La mention rencontre ainsi un succès certain auprès des étudiants en lettres, langues, sciences humaines et sociales, philosophie, etc., issus d'Ile-de-France, de la France entière ou encore de l'étranger.

Le tronc commun (16 puis 10h hebdomadaires) vise à assurer une culture générale et pluridisciplinaire, réflexion autour de la notion de communication, aussi bien en sciences de l'information et de la communication (SIC) que dans diverses sciences humaines et sociales (SHS). Il ouvre ensuite à des spécialités pour l'analyse plus spécifique de situations ou processus communicationnels, doublée de compétences transversales et méthodologiques, savoirs et savoir-faire appliqués à ces champs de spécialisation - quoique les outils y soient toutefois de manière générale trop peu présents. Au sein de l'unique offre Paris intra-muros pour un continuum licence-doctorat en InfoCom, qui se démarque encore des autres formations InfoCom parisiennes (CELSA, IFP, Université Paris 8), la complémentarité des spécialités de la mention avec d'autres du PRES n'est toutefois pas totalement convaincante. Les mutualisations, qui restent ponctuelles (tronc commun au sein même du M2 ou avec un M2 Lettres ; toujours dans l'université avec d'autres départements de l'UFR Arts et médias, voire avec d'autres universités étrangères pour les spécialités ECRM et CI à créer), sont paradoxalement relativement ténues à l'intérieur du PRES Sorbonne Paris Cité, si ce n'est une collaboration autour du M2 *Journalisme culturel* entre trois M2 *Journalisme* et les deux universités Paris 3 et Paris 7. Ce chantier à l'intérieur d'un PRES où existent un grand nombre de spécialisations en InfoCom est toutefois engagé et en discussion.

Outre un premier stage en M1, le stage long, objet du dernier semestre en M2 professionnel, est encore recommandé en M2 recherche. A noter que toutes les spécialités professionnelles, pertinentes au vu des taux d'insertion des diplômés, donnent lieu à formation en alternance (100 % des effectifs pour la spécialité CEI, éminemment attractive), et que la spécialité professionnelle AIGEME se déroule qui plus est en formation à distance. De plus, par le biais d'une nouvelle spécialité *Communication internationale*, le département tente de se positionner dans le concert mondial des formations en Communication. L'adossement à la recherche, au travers d'enseignements théoriques pluridisciplinaires, est surtout le fait de mémoires à forte tonalité recherche (notamment dès le M1, même au sein des parcours plutôt professionnels), et implique particulièrement l'équipe d'accueil locale Communication, Information, Médias. Atout de la mention, de nombreux partenariats, noués de longue date avec les milieux professionnels (notamment grandes entreprises et institutions nationales, Agence universitaire de la Francophonie, etc.) assurent jusqu'à 50 % des enseignements en M2 professionnel (spécialités co-dirigées par un praticien). La formation est en contact avec 23 universités à travers des programmes Erasmus, et encore d'autres établissements dans le cadre de conventions ad hoc.

Comme en M1, les spécialités au niveau M2 sont aussi très attractives, pour seules 150 places offertes. Dans le dispositif de recrutement, l'accent est mis sur la motivation et le projet professionnel. Ainsi, et paradoxalement, ce ne sera au final qu'1/3 des effectifs des spécialités de M2 qui seront recrutés parmi les diplômés du M1. Cela s'avère très et trop peu, et qui plus est se révèle en contradiction avec les intentions premières annoncées pour la structuration d'un tronc commun en M1 pour la mention. Le taux de réussite en M1, s'il est là encore faible (50 à 60 % faible taux, bien qu'en progression, qui n'est pas analysé), ne justifie pourtant pas la chose. Les taux de réussite à l'issue du M2, varient eux de 75 et 90 %, et l'on se félicitera de l'incidence de l'apprentissage sur de tels résultats. Toutefois, très peu de diplômés, même issus de la spécialité recherche, poursuivent dans un doctorat ; ce qui pourra remettre en question l'orientation uniquement recherche pour que lui soit préférée une orientation indifférenciée, puisqu'elle elle aboutit, pour la majorité des diplômés à une insertion professionnelle. Notons que la mise en place prochaine d'un conseil de perfectionnement permettra le suivi global des étudiants au niveau de la mention : les liens privilégiés avec d'anciens étudiants, qui reviennent pour enseignements, conférences..., et qui témoignent d'emplois stables - et parfois prestigieux - ne peuvent valoir pour analyse du devenir des diplômés. Signalons encore que les effectifs sont stables, environ 255 étudiants en M1, 185 en M2, pour les sept spécialités confondues.



A l'équipe pluridisciplinaire d'une vingtaine d'enseignants-chercheurs (en Sciences de l'information et de la communication, mais aussi en Economie, Psychologie, Sciences du langage, Sociologie...), s'ajoute un nombre très important d'intervenants professionnels, ainsi que deux secrétaires, en charge l'une du M1, l'autre des M2. Désormais, le pilotage de la mention se fait avec le concours d'un conseil de perfectionnement, regroupant intervenants académiques et professionnels des sept spécialités, et ayant pour prérogatives les questions d'harmonisation, les dispositifs pédagogiques et l'insertion professionnelle. L'Observatoire de la vie étudiante de Paris 3, jusque-là expérimental, a mené au printemps 2012 une évaluation complète des formations de master, anonyme, en ligne (résultats non dépouillés à l'heure de la rédaction du dossier), qui contribuera à la réflexion du conseil de perfectionnement et à l'évolution de la formation. Les recommandations précédemment émises par l'AERES ont été prises en compte, autant que faire se peut (taux de réussite légèrement accrus, intervention grandissante des professionnels...), quant au dossier présenté pour l'actuelle évaluation, il n'est plus le dossier lacunaire de l'époque : la partie relative à la mention est précise, claire, en revanche celles concernant certaines spécialités mériteraient d'être complétées.

- Points forts :
 - Un objet fédérateur pour un champ éclaté, et ce au delà d'approches pluridisciplinaires : la communication.
 - Attractivité, construction pour partie (professionnelle) de la mention et projets notamment internationaux.
 - Toutes les spécialités professionnelles en alternance.

- Points faibles :
 - L'objectif de « mention » peu cohérent avec le pilotage réduit constaté au niveau du M1, et avec le fait que seul le tiers des étudiants des M2 sont recruté parmi les diplômés du M1.
 - La faiblesse des mutualisations et articulations au sein même du PRES.
 - Les outils professionnels parfois délaissés au profit de séminaires théoriques très disparates.

Recommandations pour l'établissement

Au delà de l'affichage, le projet pédagogique global de mention pourra parfois apparaître ténu, quand il s'agira de fédérer des spécialités, certes pertinentes, mais au final très disparates, quel qu'en soit le fil conducteur communicationnel. Plus particulièrement en matière de politique de développement de cette mention, la nouvelle spécialité d'orientation recherche, *Etudes culturelles et représentations médiatiques*, s'avère peu pertinente et n'apparaît pas justifiée aux côtés de celle déjà existante à orientation recherche, intitulée *Information et communication* ; qu'il conviendrait simplement d'aménager (et encore de renommer, pour éviter la confusion avec la mention elle-même). La 2^e spécialité en création, *Communication internationale*, est elle à l'inverse davantage cohérente et pertinente.

Autre point crucial, il conviendrait d'articuler effectivement en matière de recrutement étudiant les M1 et M2 de la mention, qui, dans le dossier lui-même, est pourtant qualifiée de « *parcours de Master pensé sur deux années pour un même public* ». Une évolution des pratiques devra amener à un bien plus large accueil des étudiants issus du M1 en entrée des spécialités de M2.

Il conviendrait ensuite aussi d'envisager entre ces différents M2 toutes les possibilités de mutualisations entre des formations parfois très proches ; des enseignements relatifs aux outils devraient encore davantage être présents dans les maquettes M2, et dès lors mutualisés.

Au niveau du pilotage, il apparaît nécessaire que soit réalisée une meilleure cohésion de la mention, ce qui ne pourra qu'avoir des répercussions positives au niveau du projet pédagogique global et du recrutement problématique des M1 en M2 évoqué plus haut.

Notation

- Projet pédagogique (A+, A, B, C) : B
- Positionnement de la mention dans l'environnement scientifique et socio-économique (A+, A, B, C) : A
- Insertion professionnelle et poursuite des études choisies (A+, A, B, C) : B
- Pilotage de la mention (A+, A, B, C) : B



Evaluation par spécialité :

Information et communication

- Périmètre de la spécialité :

Site(s) (lieux où la formation est dispensée, y compris pour les diplômes délocalisés) :

Université Sorbonne Nouvelle - Paris 3, Paris.

Etablissement(s) en co-habilitation(s) : /

Délocalisation(s) : /

Diplôme(s) conjoint(s) avec un (des) établissement(s) à l'étranger : /

- Présentation de la spécialité :

La spécialité, à orientation recherche, vise à doter les étudiants d'une solide culture théorique et conceptuelle en sciences de la communication et dans diverses sciences humaines et sociales connexes, ainsi que de compétences transversales qui pourront être réinvesties dans différents contextes communicationnels : potentiels terrains de recherche, voire futurs lieux de pratique professionnelle, comme c'est souvent le cas à l'issue de ce M2, fût-il orienté recherche. L'optique ici est résolument généraliste, ce qui autorisera alors des compétences multiples et facilitera une adaptation dans un environnement en perpétuelle mutation.

- Appréciation :

Cette spécialité Recherche porte le même nom que la mention (confusion possible, problème de visibilité...), alors qu'elle semble n'aborder que très peu le pan de l'« information ». Du fait de la préparation du mémoire au second semestre, le M2 est ramassé sur un seul semestre, où n'apparaissent toutefois aucun enseignement de méthode ou relatifs aux outils. L'adossement recherche renvoie à l'équipe d'accueil locale « Communication, information, médias », dont la spécificité est de ne pas se consacrer exclusivement à la communication. Quoiqu'a priori sans objet, les étudiants sont incités à faire un stage, qui de fait, aboutit à une insertion professionnelle et non pas à une entrée en doctorat, infléchissant l'orientation recherche première de la spécialité. Est-ce dès lors un parcours Recherche qui professionnaliserait ; ou bien dans les faits un parcours professionnel supplémentaire, ici *généraliste*, qui revendiquerait cette non spécialité ? L'attractivité de la spécialité est forte, et pour moins de 40 appelés, seul un tiers des étudiants sera issu du M1, même si globalement aujourd'hui on observe une progression de cette proportion d'inscrits venant du M1 local. L'équipe pluridisciplinaire est un atout de la spécialité, et il est à souligner positivement que le conseil de perfectionnement statue sur le classement des candidats à une allocation de recherche. (A noter que la spécialité est signalée comme « renouvellement avec modifications » ; toutefois, de telles modifications ne sont jamais mentionnées explicitement).

- Points forts :

- Un parcours recherche, ainsi qu'une équipe pluridisciplinaire en sciences humaines et sociales.
- De fait, un parcours qui est aussi professionnalisant.
- Un taux d'inscrits en M2 issus du M1 en hausse.

- Points faibles :

- L'inscription en doctorat très réduit.
- La maquette fait peu de place aux outils et méthodes.
- Un intitulé de spécialité qui prête à confusion avec celui de la mention elle-même.

Recommandations pour l'établissement

Au vu de l'insertion professionnelle majoritaire à l'issue de ce M2, peut être faudrait-il indifférencier cette spécialité en orientation professionnelle *et* recherche ? Ou bien à l'inverse, conviendra-t-il de repenser et aménager



une telle orientation recherche, plutôt que par ailleurs la doubler, au sein même de la mention, d'une spécialité recherche supplémentaire et concurrente.

L'intitulé de la spécialité quant à lui gagnerait à être différencié de celui de la mention.

Notation

- Projet pédagogique (A+, A, B, C) : B
- Insertion professionnelle et poursuite des études choisies (A+, A, B, C) : A
- Pilotage de la spécialité (A+, A, B, C) : A



Communication des entreprises et des institutions

- Périmètre de la spécialité :

Site(s) (lieux où la formation est dispensée, y compris pour les diplômes délocalisés) :

Université Sorbonne Nouvelle - Paris 3, Paris.

Etablissement(s) en co-habilitation(s) : /

Délocalisation(s) : /

Diplôme(s) conjoint(s) avec un (des) établissement(s) à l'étranger : /

- Présentation de la spécialité :

La spécialité, d'orientation professionnelle, est une formation visant le secteur classique et pourvoyeur d'emplois de la communication des organisations. Les étudiants y acquièrent les méthodes et outils nécessaires à la mise en œuvre de stratégies et d'actions en termes de communication. Elle forme des professionnels hautement qualifiés, aptes à de telles missions, aussi bien en organisations publiques que privées, aux plans régional, national ou international. Les compétences professionnelles acquises sont variées, adossées à une solide formation théorique pluridisciplinaire, dans l'esprit du département ICM.

- Appréciation :

La spécialité est une formation efficace qui fonctionne de manière positive. On peut s'interroger sur l'absence de mutualisation avec des formations proches appartenant au PRES. L'appui sur la recherche, reste une forte tonalité de la formation pourtant à vocation professionnelle (possibilité par exemple pour les étudiants d'assister aux séminaires recherche du laboratoire). Les intervenants professionnels semblent impliqués (même si leur place n'apparaît pas explicitement dans la maquette) : « missions professionnelles » tutorées pendant la période d'apprentissage, compétences transversales autour du mémoire encadré de fin d'études. L'apprentissage de l'anglais est intensif (avec certification possible de l'Université d'Oxford).

Soulignons que la formation se déroule impérativement par alternance : apprentissage (moins de 26 ans), stages (plus de 26 ans). L'alternance est hebdomadaire, début de semaine en entreprise, fin de semaine à l'université. L'attractivité de la formation est grande, auprès d'étudiants du M1 de Paris 3 ou issus de formations extérieures. Toutefois, trop peu de diplômés de M1 parviennent à ce M2, quand plus des 2/3 des inscrits ne sont pas issus du M1 InfoCom ; ce qui apparaît assez contraire aux objectifs avancés pour la mention. Les taux de réussite et d'insertion professionnelle, dès un an, des 20 à 30 étudiants sont très satisfaisants (environ 90 %) dans les métiers visés de missions d'encadrement en communication. Le contact est en outre permanent avec les organisations, pour une perpétuelle évolution et adéquation des compétences dispensées, étayé par le réseau des anciens fort de quelque 250 diplômés.

- Points forts :

- Les objectifs généralistes autour de la communication des organisations.
- L'alternance, le rapport au milieu professionnel.
- L'appui toutefois de tels enseignements sur une réflexion fondamentale universitaire.

- Points faibles :

- La maquette fait peu apparaître les interventions des professionnels.
- Le trop faible taux d'inscrits en M2 issus du M1 (25 %).

Recommandations pour l'établissement

Outre de possibles mutualisations en local, le rapprochement de cette spécialité avec une autre au sein du PRES aura été jugé « inopportun », alors qu'il est pourtant précisé que les deux formations ne sont pas tant concurrentes que complémentaires ; ce qui ne saurait alors que conforter l'aboutissement prochain d'une spécialité commune. D'autre part, conformément à l'esprit de la mention, il conviendra d'augmenter significativement en M2 le



recrutement d'étudiants diplômés du M1 InfoCom local ; et encore peut-être de dédier plus explicitement des enseignements à l'intervention de professionnels.

Notation

- Projet pédagogique (A+, A, B, C) : A
- Insertion professionnelle et poursuite des études choisies (A+, A, B, C) : A
- Pilotage de la spécialité (A+, A, B, C) : A



Journalisme culturel

- Périmètre de la spécialité :

Site(s) (lieux où la formation est dispensée, y compris pour les diplômés délocalisés) :

Université Sorbonne Nouvelle - Paris 3, Paris.

Etablissement(s) en co-habilitation(s) : /

Délocalisation(s) : /

Diplôme(s) conjoint(s) avec un (des) établissement(s) à l'étranger : /

- Présentation de la spécialité :

Cette spécialité, formation au métier de journaliste, est dédiée à un secteur tout spécifique du champ professionnel, l'information culturelle. La formation vise ainsi à ce que les diplômés puissent non seulement évaluer une production, également maîtriser les règles des différents formats rédactionnels, et encore connaître les principes juridiques et éthiques du métier. La pratique visée s'entend non seulement à l'écrit, mais l'approche est encore « transmédiatique », qui permet d'envisager notamment sur l'internet les modalités image, son, vidéo pour les productions journalistiques.

- Appréciation :

Le projet pédagogique visé par cette spécialité - à orientation professionnelle - est précis et circonscrit, original à la fois, renvoyant pertinemment à des savoir-faire liés aux genres particuliers du journalisme culturel, à une connaissance de ces environnements professionnels spécifiques, enfin à une capacité à développer une expertise rédactionnelle et critique dans le domaine. Si les discussions au sein du PRES avec d'une part la spécialité de *Journalisme européen* (idem Paris 3) et d'une autre *Journalisme scientifique* (Paris 7) ont le mérite d'exister, il est dommage qu'elles n'aient pu aboutir à plus qu'un magazine électronique, certes très symbolique de la collaboration, mais infime par rapport à la construction d'une spécialité commune (un tronc commun sur les méthodes est sans doute à considérer). Les enseignements proposés sont riches, et les modifications signalées sont celles d'enseignements, effectivement liées à l'évolution du métier de journaliste. L'adossement recherche des enseignements est attesté, même dans le contexte d'une orientation professionnelle. A noter un effort conséquent autour des enseignements d'anglais (orienté vers la pratique professionnelle) ou technologiques (édition en ligne, web, blog, etc.). Les interventions de professionnels sont nombreuses ; l'alternance, si elle n'est pas systématique, est toutefois présente dans la spécialité depuis 2009 (deux jours à l'université, puis trois jours en entreprise). Une politique active en matière de relations internationales reste à mettre en place (ce pourra être le cas en complémentarité au sein du PRES avec les deux autres formations de journalisme évoquées).

L'attractivité de la formation est importante, auprès des M1 InfoCom de Paris 3, mais aussi de tout M1 sciences humaines et sociales, avec 300 candidatures pour une vingtaine de places permettant une pédagogie resserrée ; la sélection s'opère par épreuve écrite, test de connaissances culturelles, puis entretien. Toutefois, sur les trois dernières années, on ne dénombre que trop peu de diplômés M1 inscrits au final en M2, entre 15 et 35 % seulement. Le taux de réussite est satisfaisant (entre 70 et 90 %) et le taux d'insertion aussi, avoisinant 75 %, pour des métiers dans le droit fil de la spécialité, ou d'autres plus largement dans le secteur connexe de la communication culturelle. Bonne complémentarité entre la dizaine d'enseignants-chercheurs et la dizaine d'intervenants professionnels participant à la formation. Il est simplement regretté que le conseil de perfectionnement évoqué ne soit que celui de la mention, qui rassemble notamment plusieurs intervenants, universitaires et professionnels, de la spécialité *Journalisme culturel*. Au final, une spécialité originale, sur une niche professionnelle journalistique, qui s'avère pertinente dans sa mise en œuvre et encore efficace en termes d'insertion.

- Points forts :

- Une formation cohérente, originale et performante.
- Alternance en devenir.



- Points faibles :
 - Le trop faible taux d'inscrits en M2 issus du M1 laissant perplexé quant à l'existence d'une réelle mention de master, formation en deux ans.
 - Absence d'articulation effective avec les deux autres spécialités de journalisme spécialisé du PRES.

Recommandations pour l'établissement

Dans le sens de l'esprit de la mention, augmenter le recrutement de diplômés du M1 InfoCom dans la spécialité *Journalisme culturel* en M2 (dont le pourcentage descend parfois à seuls quelque 15 %). L'autre préconisation sera assurément de finaliser mutualisations, partenariats, co-habilitation voire spécialité commune avec les deux autres formations *Journalisme européen* et *Journalisme scientifique* du PRES.

Notation

- Projet pédagogique (A+, A, B, C) : A
- Insertion professionnelle et poursuite des études choisies (A+, A, B, C) : A
- Pilotage de la spécialité (A+, A, B, C) : A



Communications interculturelles et ingénierie de projets

- Périmètre de la spécialité :

Site(s) (lieux où la formation est dispensée, y compris pour les diplômés délocalisés) :

Université Sorbonne Nouvelle - Paris 3, Paris.

Etablissement(s) en co-habilitation(s) : /

Délocalisation(s) : /

Diplôme(s) conjoint(s) avec un (des) établissement(s) à l'étranger : /

- Présentation de la spécialité :

Cette spécialité professionnelle a pour but de former des cadres en communication interculturelle, capables d'utiliser les outils propre de la culture afin de mettre en œuvre des projets de développement interculturels. De telles compétences pour de telles missions s'entendent aussi et bien évidemment dans un contexte international, ou même un autre cadre dès lors qu'il croise des populations d'horizons différents. Ce qui au final renverra la formation à des approches croisées de l'interculturel, qu'elles soient sociologiques, psychologiques, anthropologiques, philosophiques ou linguistiques.

- Appréciation :

La formation est bien équilibrée entre théorie et pratique, et même si elle est à orientation professionnelle, elle s'adosse éminemment sur des pratiques de recherche et une réflexion universitaire pluridisciplinaire. Deux stages sont prévus, qui visent à une meilleure employabilité des étudiants : alternance hebdomadaire en début d'année (trois jours à l'université, puis deux jours en entreprise) pour un premier stage ou apprentissage ; puis à partir d'avril, 2nd stage à temps complet ; la formation étant par essence tournée vers l'étranger, de nombreux stages s'y déroulent. A noter qu'une demande d'habilitation à l'apprentissage est en cours.

La spécialité est ouverte non seulement aux titulaires du M1 InfoCom, mais aussi de M1 Lettres, Langues ou Arts (il n'est pas précisé s'il s'agit de façon privilégiée d'étudiants de Paris 3), quand encore un quart à un tiers des étudiants viennent de l'étranger. Ainsi, ce ne sont que trop peu de diplômés du M1 InfoCom qui parviennent à cette spécialité de M2, 85 % à 100 % (!) des étudiants inscrits en M2 n'étant pas issus de ce M1 local. Le taux de réussite ne peut être qu'en progression : à peine 40 % en 2008, il est en 2011 de 70 %. Le taux d'insertion de 70 % est satisfaisant (pour 60 % de réponses), mais les postes investis, ainsi que le devenir des étudiants ne sont pas évoqués.

La moitié des interventions dans la spécialité est assurée par une dizaine d'intervenants extérieurs, pour encore une dizaine d'enseignants-chercheurs participant à la formation. En matière de pilotage, Il pourra être toutefois regretté que le conseil de perfectionnement ne soit que celui de la mention ; à l'inverse, interne à la spécialité, soulignons une enquête anonyme d'évaluation de la formation par les étudiants.

- Points forts :

- Formation cohérente, maquette bien équilibrée.
- Originalité et positionnement spécifique de la formation.

- Points faibles :

- Très faible taux, voire l'inexistence, d'inscrits en M2 issus du M1 InfoCom.
- Relative confidentialité des métiers visés, pourtant bien définis.

Recommandations pour l'établissement

Dans le sens de l'esprit de la mention, on ne pourra que convenir de la nécessité d'une augmentation significative de recrutements de diplômés du M1 InfoCom local au sein de cette spécialité M2 CIIP.



D'autre part, le fait de développer un tant soit peu, voire lister les insertions professionnelles, serait un plus pour rendre plus explicite les objectifs professionnels de la formation. Il conviendra encore à l'avenir plus généralement d'étayer un dossier parfois succinct.

Notation

- Projet pédagogique (A+, A, B, C) : A
- Insertion professionnelle et poursuite des études choisies (A+, A, B, C) : A
- Pilotage de la spécialité (A+, A, B, C) : A



Applications informatiques : gestion, éducation aux médias et e-formation

- Périmètre de la spécialité :

Site(s) (lieux où la formation est dispensée, y compris pour les diplômes délocalisés) :

Université Sorbonne Nouvelle - Paris 3, Paris.

Etablissement(s) en co-habilitation(s): /

Délocalisation(s): /

Diplôme(s) conjoint(s) avec un (des) établissement(s) à l'étranger: /

- Présentation de la spécialité :

Soucieuse de valoriser des connaissances en lettres et sciences humaines et sociales par le biais du numérique, cette spécialité de master, à orientation professionnelle, est dispensée à distance (collaboration entre le service de téléenseignement de l'Université Paris 3 [télé3], la région Ile-de-France et l'Agence universitaire de la Francophonie [AUF]). Il s'agit, à destination des secteurs de la e-formation, de l'éducation aux médias et des industries culturelles, de former des professionnels capables de concevoir, réaliser et évaluer des programmes spécifiques. Adossés à un tronc commun relatif aux outils de la culture numérique, deux parcours sont possibles : *Ingénierie de l'e-formation* (conception et développement de supports d'enseignement, d'évaluation, et d'applications pédagogiques) et *Education aux médias* (maîtrise des outils tant technologiques que pédagogiques).

- Appréciation :

Cette formation riche (langue anglaise avec certification par l'Université d'Oxford, outils informatiques, compétences managériales) est fortement adossée à la recherche (séminaires hebdomadaires professionnels/recherche, filmés et mis en ligne, ou bien mémoire dans une optique de recherche-action). Depuis 2010, les étudiants en formation initiale bénéficient de contrats professionnels ou d'apprentissage, quand la moitié des effectifs sont inscrits en formation continue, à côté d'étudiants ayant bénéficiés de diverses validations d'acquis ; ainsi, le panachage formation initiale / formation continue s'avère très fécond. La formation a développé de nombreux partenariats internationaux, soutenus par l'AUF : aide à la mise en place d'un M1 dans les pays du Sud, d'une formation similaire au Maroc, d'autres projets au Liban, au Cameroun, au Burkina Faso...

La spécialité est ouverte aux étudiants de M1 local InfoCom ou d'autres M1 en sciences humaines et sociales, la centaine de candidats (pour 40 places) est issue de tous les pays de la Francophonie. Toutefois, sur les trois dernières années, de 90 à 100 % des inscrits dans cette spécialité proviennent d'un M1 autre que celui de la mention InfoCom Paris 3 : ce qui est nettement insuffisant, ou bien remet sinon en question le rattachement de cette spécialité à la mention. A noter que les taux de réussite sont très fluctuants voire en baisse (justifiés par des facteurs internes et externes) ; les taux d'insertion professionnelle à deux ans sont quant à eux satisfaisants (pour un taux de réponse de 50 % seulement).

L'équipe pédagogique évoquée est qualifiée de pluridisciplinaire ; toutefois, le nombre d'enseignants participant à la formation n'est pas mentionné, et il y aura difficulté à cerner davantage cette équipe, répartie dans différentes universités dans différents pays (formation à distance).

- Points forts :

- Originalité de la formation.
- Enseignement à distance.
- Cohérente des objectifs, maquette équilibrée.

- Points faibles :

- Le taux des M1 InfoCom inscrits à ce M2 est parfois très faible.
- Relative faiblesse des éléments concrets de pilotage (enquête d'insertion, évaluation par étudiant...).



Recommandations pour l'établissement

Il conviendra de remédier à une trop faible inscription de diplômés du M1 *Information-communication* local dans cette spécialité professionnelle AIGEME ; et plus globalement, de parfaire l'inscription de cette spécialité dans la mention, quand beaucoup de signes font état d'un positionnement aux marges d'une mention d'une part professionnelle, d'autre part en Information-Communication. (Une mention autonome ne serait-elle pas par exemple pertinente pour cette spécialité très spécifique ?).

Il faudrait veiller encore à un meilleur suivi étudiant pour améliorer un taux de réponse aux enquêtes d'insertion, recueillir leurs avis concernant la formation, etc.

Notation

- Projet pédagogique (A+, A, B, C) : A
- Insertion professionnelle et poursuite des études choisies (A+, A, B, C) : A
- Pilotage de la spécialité (A+, A, B, C) : A



Etudes culturelles et représentations médiatiques

- Périmètre de la spécialité :

Site(s) (lieux où la formation est dispensée, y compris pour les diplômes délocalisés) :

Université Sorbonne Nouvelle - Paris 3, Paris

Etablissement(s) en co-habilitation(s) : /

Délocalisation(s) : /

Diplôme(s) conjoint(s) avec un (des) établissement(s) à l'étranger : /

- Présentation de la spécialité :

Cette spécialité à orientation recherche, proposée en création, s'attache à la question médiatique examinée à partir des identités, des genres, des dimensions postcoloniales dans la société de la connaissance.

- Appréciation :

Les compétences attendues sont assez peu claires, la spécificité du master n'est pas claire, d'autant plus que l'ambition est très généraliste. Dès lors, pourquoi ne pas faire émerger de telles questions dans la spécialité recherche déjà existante *Information et communication*?. Des savoirs professionnels sont encore mentionnés - alors que master Recherche - avec possibilité de débouchés conjoints avec la spécialité *Communications interculturelles et ingénierie de projets*, qualifiée de proche ; auquel cas ici, pourquoi ne pas élargir et remanier ladite spécialité vers une orientation recherche ? Qui plus est, bon nombre de métiers visés ne relèvent pas d'un master recherche, sauf à le détourner de sa finalité, mais professionnel (étonnamment, « l'enseignement et la recherche » figurent ici comme aboutissement d'une formation professionnelle). La spécialité propose des enseignements qui semblent très éclatés, les outils sont délaissés, des enseignements en anglais sont prévus, sans que l'on sache lesquels, l'adossement à un laboratoire n'est pas clair. Un conseil de perfectionnement est prévu, au niveau de la mention. En outre, les relations internationales devraient être importantes dans le cadre d'études culturelles ; mais la maquette ne fait aucunement place à l'accueil d'intervenants étrangers *via* l'organisation de séminaires de recherche par exemple.

Le seul argument avancé, s'agissant de la pertinence d'une telle création de spécialité semble être son coût nul grâce à une mutualisation de l'existant dans le cadre du PRES, et notamment de relations pour partenariat avec les trois départements de l'UFR Arts de Paris 3 (la spécialité s'adresse en priorité aux étudiants issus d'un M1 de ces trois départements). On pourra questionner le positionnement de cette spécialité dans la mention, si elle doit derechef, ne pas accueillir prioritairement d'étudiants ayant validé le M1 InfoCom local, déjà peu présents dans les autres spécialités. L'équipe annoncée de 13 enseignants-chercheurs est pluridisciplinaire, avec trois professeurs d'université en Sciences de l'information et de la communication, ainsi que des représentants d'une grande variété de sections disciplinaires. Les modalités de recrutement prévues ne sont pas précisées, le conseil de perfectionnement n'est encore que celui de la mention.

- Point fort :

- Le pilotage prévu de la formation par le biais d'un conseil de perfectionnement.

- Points faibles :

- Les objectifs de la formation ne sont pas clairs.
- La maquette ne prévoit ni outils ni méthodes.
- L'adossement à un ou plusieurs laboratoires n'est pas clair.
- Orientation qui n'est pas a priori uniquement recherche.
- Opportunité de création de cette spécialité, voire son positionnement dans la mention.
- Les étudiants émanent de façon privilégiée d'autres M1 que celui de la mention.



Recommandations pour l'établissement

L'opportunité de la création d'une nouvelle spécialité, son originalité dans le champ, sa pertinence ne sont pas avérés. Conforteront encore les doutes : le manque de clarté et de précision dans les objectifs ; les attendus de la formation ; une orientation professionnelle non annoncée mais de fait très présente ; la pertinence dans la mention d'une nouvelle spécialité à orientation recherche (ne vaudrait-il pas mieux ici s'attacher à faire évoluer la spécialité recherche déjà existante ?). Au final, le bien-fondé de l'inscription de cette spécialité dans la mention *Information et communication* ne paraît pas évident.

La tenue d'un congrès d'Etudes culturelles dans l'université ne paraît pas, seul, de nature à justifier la mise en place d'un master, dont on voit peu la spécificité. La formation apparaît qui plus est comme un patchwork d'enseignements juxtaposés, mais jamais justifiés. Une identification plus claire des objectifs de la formation permettrait sans doute de lever les doutes sur l'opportunité de la création d'une spécialité supplémentaire dans une mention qui en compte déjà beaucoup. Il ne saurait qu'être recommandé au final à l'établissement de reconsidérer la création d'une telle spécialité dans la mention.

Notation

- Projet pédagogique (A+, A, B, C) : C
- Insertion professionnelle et poursuite des études choisies (A+, A, B, C) : sans objet
- Pilotage de la spécialité (A+, A, B, C) : A



Communication internationale

- Périmètre de la spécialité :

Site(s) (lieux où la formation est dispensée, y compris pour les diplômes délocalisés) :

Université Sorbonne Nouvelle - Paris 3, Paris

Etablissement(s) en co-habilitation(s) : /

Délocalisation(s) : /

Diplôme(s) conjoint(s) avec un (des) établissement(s) à l'étranger : /

Diplôme conjoint tripartite (diplômes multiples puis diplôme unique) en cours d'élaboration avec Macquarie University (Sidney, Australie) et Communication University of China (Pékin)

- Présentation de la spécialité :

Proposée à la création, cette spécialité à orientation indifférenciée (professionnelle ou recherche), vise à former une élite de professionnels en communication internationale, pour des fonctions de communicants internationaux, chargés culturels, spécialistes des médias, de communication publique internationale, etc. La formation, qui concrètement s'appuie en France sur la spécialité *Communication des entreprises et des institutions*, devrait être co-habillée conjointement (projet en voie de finalisation) avec des universités à Sidney et Pékin, des enseignements sont dispensés dans les trois universités. Elle est le fruit de relations internationales établies depuis 2007 entre les trois universités.

- Appréciation :

La formation se fonde sur l'analyse interculturelle et la compréhension des problématiques sociales et géopolitique de la mondialisation, outre la conception de dispositifs en communication internationale ou le traitement d'informations à l'attention de publics nationaux ou internationaux. Elle s'organise encore sur une forte mobilité internationale des étudiants, qui circulent entre les universités aux semestres 8 et 9, et notamment des enseignements en anglais. A noter toutefois qu'aucun module outils n'est prévu, et encore que l'adossement à des laboratoires de recherche performants dans chaque domaine concerné est à peine convaincant. La formation mise sur une expérience internationale et interculturelle en termes d'acquisition de compétences transversales requises à un tel niveau international. Dans le cas d'une orientation professionnelle, un stage est possible. Les cinq à dix étudiants par établissement sont considérés comme l'élite de chaque université, maîtrisant l'anglais et le français, sélectionnés en fonction d'un haut potentiel, en tant qu'étudiants internationaux.

Rien n'est mentionné quant au pilotage de cette spécialité - et le fait d'être en instance de création ne peut justifier cette lacune du dossier. Au final une spécialité internationale originale et ambitieuse, pour un dossier parfois trop succinct.

- Points forts :

- Formation internationale ; avec partenariats internationaux de haute volée.
- Des enseignements entièrement mutualisés.

- Points faibles :

- Aucun pilotage n'est mentionné.
- Absence de formation aux outils et méthodes, notamment pour le versant Recherche de la spécialité.

Recommandations pour l'établissement

Il conviendrait de faire apparaître aux cotés des enseignements de spécialité, notamment pour le versant Recherche, les enseignements relatifs outils et méthodes ; à moins qu'à l'inverse, pour une spécialité éminemment professionnelle, et pour laquelle encore l'adossement Recherche n'est pas développé, il ne soit préférable de renoncer à l'orientation Recherche ?



Il faudrait expliciter encore les modalités de sélection des étudiants à l'entrée ; et préciser aussi l'équipe pédagogique pressentie, voire déjà à l'origine d'un tel projet d'envergure.

Notation

- Projet pédagogique (A+, A, B, C) : A
- Insertion professionnelle et poursuite des études choisies (A+, A, B, C) : Sans objet
- Pilotage de la spécialité (A+, A, B, C) : C



Observations de l'établissement

PRÉSIDENTENCE

Paris, le 22 juillet 2013

Marie-Christine LEMARDELEY
Présidente de l'Université Sorbonne
Nouvelle - Paris 3

à

M. Jean-Marc GEIB,
Directeur de la Section des formations et
des diplômes
AERES

Objet : observations et réponses au sujet de l'évaluation de l'offre de formation en master de l'université Sorbonne Nouvelle - Paris 3

Monsieur le directeur,

Vous voudrez bien trouver ci-joint mes réponses au sujet de l'évaluation de l'offre de formation en master de l'université Sorbonne Nouvelle - Paris 3. Elles se composent de réponses spécifiques par mention reprenant point par point différentes remarques formulées par les experts de l'AERES.

En collaboration avec les responsables de formation, les recommandations de l'AERES permettront d'envisager des axes de développement dans le cadre de la politique de l'établissement en termes d'offre de formation. Comme convenu, les observations et éléments de réponse synthétique sur les rapports "offres globales" niveau licence et master vous seront ainsi transmis d'ici la fin août.

En vous souhaitant bonne réception, je vous prie d'agréer, Monsieur le directeur, l'expression de mes sentiments distingués.



Marie Christine Lemardeley

MENTION - Information et Communication (SHS 2)

Première année de Master

A la lecture du rapport il apparaît qu'un certain nombre de points demandent à être éclaircis ou précisés, parfois corrigés.

- **Le rapport s'interroge sur les modalités de sélection à l'entrée du M1, à la fois pour les étudiants issus de Paris 3, et pour les autres**

La maquette rappelle que l'admission est de droit pour les étudiants issus de la Licence information-communication de la Sorbonne Nouvelle et pour ceux de la licence Lettres parcours communication. Elle signale également que pour les étudiants hors Sorbonne Nouvelle (français ou étrangers) l'admission se fait par validation des acquis, ou équivalence (étrangers). Il convient de préciser qu'elle est prononcée par un jury après examen d'un dossier de candidature où sont particulièrement pris en compte a) l'adéquation de la formation relativement au projet professionnel de l'étudiant (lettre de motivation), b) la formation antérieure (qui doit témoigner d'une place significative des SHS), c) les résultats obtenus.

- **Les rapporteurs signalent de façon récurrente la part trop faible (environ un tiers) des étudiants issus du M1 de Paris 3 dans les différents masters 2 de la mention, en contradiction avec les intentions annoncées d'un tronc commun de mention en M1**

L'absence de sélection à l'entrée du M1 entraîne mécaniquement un afflux massif d'étudiants licenciés en M1, pour un nombre de places qui reste limité en M2. On peut noter à cet égard qu'un des enjeux de la création du master Etudes culturelles et représentations médiatiques proposé à la création est de permettre l'intégration dans nos M2 d'un nombre plus important de nos étudiants ayant obtenu le M1, très attirés par cette nouvelle spécialité.

Le caractère généraliste et pluridisciplinaire de l'année de M1 joue un grand rôle dans l'attractivité (d'ailleurs saluée) de la mention. L'année de M1 propose un socle de connaissances générales autour des fondamentaux de la communication et des disciplines des SHS qui prennent particulièrement en compte tel ou tel aspect des processus ou phénomènes communicationnels, connaissances qui seront réinvesties, puis complétées et affinées dans le cadre des différentes spécialités du M2. Elle offre également aux étudiants la possibilité de candidater, pas seulement par défaut, et souvent avec succès, dans d'autres M2 couvrant des champs peu ou pas traités dans le cadre de la mention IC de la Sorbonne Nouvelle - Paris 3 (Marketing, Publicité, Documentation, Ressources Humaines, ...). Les statistiques estimées des remontées SISE permettent d'observer que les effectifs de M1 sont quasi équivalents à ceux de M2 en Information-Communication (5042/5011), se situant en tête des disciplines ne connaissant pas de déséquilibre entre les deux années, indiquant par là que le « marché » de l'offre en M2 absorbe à tout le moins l'essentiel de la demande issue du M1. Il n'y a pas de problème de recrutement entre M1 et M2, les étudiants de M1 sont de fait nombreux à être refusés par les spécialités de M2 mais ils candidatent dans d'autres spécialités, la Région offrant une assez grande diversité en la matière.

Enfin, comme le souligne le rapport, la plupart des M2 Pro de la Mention se positionnent sur des « niches » qui sont, au vu des taux d'insertion, bien exploitées, mais constituent également des segments du marché de l'emploi dont les capacités d'absorption restent relativement limitées. Un afflux massif d'étudiants diplômés pourrait être de nature à compromettre leurs chances d'insertion dans le domaine de spécialité auquel ils ont été formés.

- **Le rapport note que les outils et la méthodologie sont en général trop peu présents, souvent délaissés au profit de séminaires théoriques très disparates**

C'est l'ambition du M1 IC que d'être, on l'a rappelé, généraliste et pluridisciplinaire, et fortement adossé aux SHS. Son attractivité tient pour beaucoup à cette particularité, désormais bien perçue des différents publics. Le recentrage fort et permanent sur la communication et les médias comme « cœur de formation » pallie le risque de dispersion tout en offrant à l'étudiant une ouverture et une

culture mettant à sa disposition une large palette de formations en M2, au sein de la Sorbonne Nouvelle - Paris 3 ou ailleurs (cf. remarque précédente).

Le large panel de disciplines mis à la disposition de l'étudiant est complété par un ensemble très lourd d'enseignements non signalé par l'AERES : un dispositif d'ateliers de méthodes (scientifiques et pratiques) qui a peu d'équivalent en région parisienne comme dans le reste du territoire. Le M1 est, de ce fait, l'une des offres en communication les plus charpentées et les plus exigeantes, ce qui explique sa difficulté pour les étudiants, mais aussi leur adaptabilité sur le marché professionnel (voir points 2 et 6).

Le panel de disciplines et de méthodes contribue beaucoup à la diversité et à la qualité des mémoires produits et ce dès le M1, puisque les étudiants sont conviés à réfléchir aux problématiques de la communication à partir de cadres théoriques et de méthodologies solides et fortement ancrés dans les disciplines vers lesquelles leur goût les porte. L'étudiant participe ainsi à la construction de son parcours, se familiarise, dans le cadre de la préparation de son mémoire, avec les exigences et les outils d'une discipline particulière, sans pour autant s'y enfermer ; il apprend à gérer la pluridisciplinarité qui constitue sans aucun doute l'une des grandes particularités du champ de la Communication. On rappelle que le mémoire (en M1 comme en M2) bénéficie d'une double correction, associant nécessairement deux lecteurs relevant de disciplines différentes, ou un universitaire et un professionnel dans le cas des Master Professionnels.

Enfin, une part importante des apprentissages concernant les outils et techniques se fait via le stage, obligatoire en M1.

- **Le rapport regrette la *faible complémentarité au sein du PRES***

Les échanges qui ont eu lieu n'ont pour l'heure pas abouti à des restructurations de grande ampleur. Ils ont fait apparaître que les difficultés tant matérielles que techniques soulevées par les perspectives de rapprochement avec Paris 13 en rendaient la réalisation prématurée dans le cadre de la présente campagne. Les bassins étudiants sont différents, donc non redondants : forte demande émanant du nord de Paris (Paris 13), forte demande émanant de Paris centre, de Paris sud puis de l'ensemble du territoire national (Paris 3). Les relations avec le monde de l'entreprise sont bien différenciées elles aussi, alors que les programmes pédagogiques ne se recoupent que peu, selon le constat établi par les deux institutions.

A contrario, la proximité tant géographique que pédagogique avec Paris 7 (master « Journalisme scientifique »), avec Sciences Po (« Ecole de journalisme »), ainsi qu'avec les deux départements de la Sorbonne Nouvelle - Paris 3 proposant un diplôme de « Journalisme européen », devrait favoriser un rapprochement auquel œuvre le département.

- **Le rapport déplore *un projet pédagogique global tenu pour la mention***

La mention ambitionne de continuer à former des professionnels de la communication hautement qualifiés, susceptibles d'occuper des postes à responsabilité et /ou de direction dans les différents domaines couverts par les spécialités, et ce tant dans les secteurs public que privé. L'architecture de la mention (M1 constituant un socle théorique généraliste, avec spécialisation en M2) permet de faire que la spécialisation progressive de l'étudiant dans le domaine de son choix soit aussi un approfondissement, et l'occasion de mettre à profit les acquis de la recherche dans l'analyse, la compréhension et, progressivement, la maîtrise des phénomènes et processus communicationnels. Cette architecture tient compte également de la spécificité des parcours des étudiants, l'expérience montrant qu'un bon nombre d'entre eux continue d'attendre l'année du M1 pour arrêter le choix définitif d'une orientation ultérieure. La pertinence d'un M1 généraliste se mesure aussi au fait qu'il ne ferme aucune porte aux étudiants qui se découvriront d'autres vocations que celle de communicant. Il est envisagé de mettre en place un dispositif de suivi pour ces étudiants qui, ayant obtenu le M1, ne poursuivent pas en M2 au sein de L'ICM.

- **Les rapporteurs relèvent un *faible taux de réussite***

On rappellera qu'il est cependant en progression constante depuis plusieurs années, et qu'il reste l'un des plus élevés à l'échelle de la Sorbonne Nouvelle - Paris 3. Les données obtenues à partir des extractions Apogée, attestent un taux de réussite en M1 de plus de 66 % (63,5 % lors de la première session).

Tableau : Taux de réussite en master 1 en 2011-2012 (données Apogée : Admis/Inscrits)

Année	Taux de réussite à l'issue de la session 1	Taux de réussite à l'issue de la session 2
M1	63,50 %	66,16 %

Master 2 Recherche Information - Communication

Le départ d'un professeur spécialiste d'information qui avait longtemps justifié par son influence l'appellation « Information et Communication » fait accueillir très favorablement la suggestion du comité AERES de renommer la spécialité recherche. Une réflexion est engagée pour mettre en cohérence le caractère généraliste de la spécialité avec le nom du département, « Institut de la Communication et des Médias », ou avec la « tonalité culturelle » de l'établissement identifiée par le comité AERES dans sa présentation de la mention. Le master recherche pourrait donc se nommer « Communication et Médias » ou « Communication, Médias et Cultures ».

Que peu de diplômés issus de la spécialité Recherche poursuivent dans un doctorat ne saurait étonner étant donné le peu de recherches financées : un seul contrat doctoral par an même si les bourses et les contrats CIFRE sont de plus en plus sollicités. La réduction (temporaire) du nombre de professeurs dans notre département, suite à de nombreux départs à la retraite, a par ailleurs joué. Cela ne saurait toutefois remettre en cause l'orientation Recherche de la spécialité, qui structure son organisation pédagogique autant que la nature des exigences auxquelles doit satisfaire l'étudiant. Que cette spécialité s'avère aussi formatrice professionnellement (bien que ne présentant pas la spécialisation d'un master professionnel, et que les étudiants fassent ou non un stage) atteste de la pertinence d'une formation théorique généraliste de haut niveau y compris sur le marché de l'emploi. Enfin, l'encadrement méthodologique réalisé par tous les enseignants qui dirigent des mémoires explique assez que n'existe pas d'enseignement de méthodologie générale, qui est largement délivré au niveau M1 comme un préalable indispensable (voir point 3 de la réponse sur le M1).

La modification qui n'a pas été mentionnée explicitement concerne simplement la suppression d'un cours, dans un souci d'économie budgétaire.

Master 2 Communication des entreprises et des Institutions (CEI)

- « L'absence de mutualisation avec des formations proches appartenant au PRES »

Les différences avec les formations dispensées en Communication des organisations et en Communication et ressources humaines par Paris 13, membre associé au PRES, ressortent d'un examen attentif des projets respectifs, et plus particulièrement de :

- l'organisation pédagogique en 2 ans tubulaires de Paris 13, en T pour la Sorbonne Nouvelle - Paris 3,
- la séparation des publics de formation initiale, en Apprentissage et de Formation Continue à Paris 13 et l'absence de distinction entre les publics à la Sorbonne Nouvelle - Paris 3, l'Apprentissage étant offert à tous les étudiants de moins de 26 ans, ceux-ci étudiant dans le même groupe-classe que les étudiants plus âgés, qu'ils soient en formation initiale, en reprise d'études ou en Formation Continue,
- la spécialisation affirmée en Communication et ressources humaines avec trois dispositifs à Paris 13, et un petit nombre de cours en RH permettant d'articuler Com et RH à la Sorbonne Nouvelle - Paris 3.
- le recrutement national et international de la Sorbonne Nouvelle - Paris 3, qui conduit à l'élaboration d'un Master international avec des universités de premier rang,
- enfin le souhait explicitement formulé par Paris 13 de privilégier son partenariat avec l'Université Paris 8.

Il apperaît clairement qu'il est difficile pour l'instant voire contre-productif d'articuler des formations qui obéissent à des logiques et des orientations aussi différentes, dans un bassin de recrutement et d'insertion spécifiques, le tout ayant fait l'objet de nombreux échanges entre les partenaires potentiels, qui sont arrivés ensemble à la même conclusion exprimée dans un texte commun figurant en tête du dossier de Maquette, Page 36.

- « La place des professionnels »

S'agissant de « la place des professionnels qui n'apparaît pas explicitement dans la maquette », il est à craindre que le tableau ci-dessous figurant aux Pages 41,42 et 43 de la maquette n'ait pas été présenté à l'évaluateur, car il indique très précisément l'intitulé des enseignements dont sont chargés les intervenants professionnels mais aussi les quantités d'heures assurées. Ainsi si 11 universitaires effectuent 253 heures et assurent les enseignements théoriques, fondamentaux, généraux et spécialisés, ce sont 14 professionnels qui assurent 273 heures, centrées sur les politiques et les stratégies de communication des différents types d'organisation, les méthodes d'approche et de résolution des problèmes en situations professionnelles concrètes, et les outils de mise en œuvre desdites solutions. Ce qui réalise déjà l'une des recommandations de l'évaluateur à ce sujet. En outre, 90 % de ces intervenants professionnels participent activement à l'encadrement des mémoires de fin d'études (qui comptent pour la moitié de la note générale), et ce pour les aspects de « terrain », de « pertinence » et « réalisme professionnel » des analyses et des problématiques produites et défendues dans ces mémoires. Enfin, ils constituent un lien très fort avec les milieux professionnels et contribuent à l'amélioration continue de la formation.

Il est vrai qu'une présentation en Enseignements fondamentaux, spécialisés et professionnalisants (qui a été celle des maquettes précédentes) correspondant de fait aux types d'enseignements dispensés faciliterait l'appréhension de la place des intervenants professionnels dans cette formation, qui est forte et quasi paritaire, le Directeur adjoint de la formation étant un professionnel, occupant un poste de PAST.

- Enseignants statutaires de l'établissement

Nom et grade des enseignants-chercheurs, enseignants ou chercheurs		Section CNU (le cas échéant)	Composante d'appartenance au sein de l'établissement	Enseignements dispensés
Nom	Grade			
CONTE Bruno	PRAG		Institut de la Communication et des Médias	Economie et Droit de la communication
GRILLO Éric	Agrégé de Philosophie MCF(HDR)	17 ^e	Institut de la Communication et des Médias	Éthique des entreprises et des affaires
JEANTET Aurélie	MCF	19 ^e	Institut de la Communication et des Médias	Micro-sociologie des organisations, langage, culture des métiers et des professions
LOCHARD Guy	Professeur des universités	71 ^e	Institut de la Communication et des Médias	Analyse et production des supports de communication
MAIGRET Éric	Professeur des universités	19 ^e	Institut de la Communication et des Médias	Communication territoriale et multimédia
NAJAB Fayçal	MCF	16 ^e	Institut de la Communication et des Médias	Systemes d'organisation, systemes de Management Communication interculturelle
SAVIGNAC Emmanuelle	MCF	71	Institut de la Communication et des Médias	- Socio-anthropologie de la communication dans les organisations
SHANKLAND Luc	PRAG		Institut de la Communication et des Médias	Anglais pour la communication

- Enseignants d'autres établissements

Nom et grade des enseignants-chercheurs, enseignants ou chercheurs		Section CNU (le cas échéant)	Composante d'appartenance au sein de l'établissement	Enseignements dispensés
Nom	Grade			
HENOCQUE Bruno	MCF	-	U. Le Havre	Communication écrite
OLRY-LOUIS Isabelle	PR	16 ^e	UFR Psychologie, U Paris X	Evaluer les compétences et les personnes au travail
ZARAYA Didier	PRAG	9 ^e	Paris 8	Communication orale

- **Professionnels (dont PAST)**

Nom et fonction des professionnels	Entreprise ou organisme d'origine	Nombre d'heures assurées	Enseignements dispensés
ANTONIETTI Hugo, Directeur d'Etudes	IPSOS	12	Outils sémiotiques pour la Communication
AUDURAUD-CLEMENT Christophe, Responsable presse du SIRCOM-Bercy	Ministère de l'économie, des finances et de l'industrie Ministère du budget, des Comptes publics et de la Réforme de l'Etat	18	Connaissance des médias Relations avec la presse,
BAK Daniela, Directrice artistique et communication visuelle	Indépendante	18	Communication visuelle
BONNET Patrick, Directeur de l'Emploi,	Gdf-Suez	12	Politiques RH des organisations
CAMARD Olivier, webmestre	SSII	15	Les systèmes et réseaux d'information et de communication (internet, intranet, extranet
DRISSI Fadel, Chef d'entreprise, PR Gestion	ISCAE (Maroc), DFM consultants	24	Marketing et communication : Jeu d'entreprise
FEUILLETTE Nelly, <i>Consultante/formatrice Communication</i>	Indépendante	6	Communication "B to B" (entre entreprises)
FRANK Harald, Directeur de la Communication	Robert Bosch SAS France	15	Communication interne
GOUBIN Jacques, Directeur de cabinet du président, PAST	Centre National de la Fonction Publique Territoriale	48	- Communication des institutions territoriales - Communication politique
HAMARD Romain, Communication Image RH	Banque Populaire	12	Communication Recrutement RH
HARLÉ Stephen, Chef Service auto-promotion	France 2	15	Communication Externe
KRIEF Yves, <i>P.D.G.</i>	Sorgem, spécialisé dans le domaine des marques	12	Stratégies et méthodes de la communication de marque
PATENOTTE, Florence, <i>Chargée de com.</i>	Association des Directeurs d'Hôpital	12	La communication des associations
RICHARD Pierre-Emmanuel	Directeur du Sircom-Bercy	24	Les organisations et leur communication : stratégies, méthodes et outils

- **Le très faible taux d'inscrits en M2 issus de M1**

25 % à 50 % d'étudiants (selon les années et selon les spécialités) provenant du M1 du même Etablissement peuvent paraître peu, mais il faut tenir compte du fait que cette spécialité a un recrutement aux niveaux national et international, favorise en outre la reprise d'études et la formation continue, à quoi il faut ajouter que peu de candidats du M1 sont refusés, les critères étant également les résultats obtenus, outre « la motivation et l'entretien ». Il est avéré que les étudiants du M1 local candidaient aussi bien en Région (IDF) que nationalement, et dans des spécialités aussi bien semblables que différentes, et qu'ainsi le « marché entre la demande et l'offre » entre les M1 et le M2 s'équilibrerait nationalement (5011 M2 pour 5042 M1, comme le montrent les remontées du SISE, cf.

« Nomenclatures des intitulés du diplôme national du Master, Page 10, Paul Jorion). L'information-communication figure ainsi parmi les disciplines ayant le moins de déperdition entre les deux années.

Master 2 Professionnel *Applications Informatiques, Gestion et Education aux Médias* (AIGEME)

- **Observations de portée générale**

Les membres de l'équipe pédagogique d'AIGEME remercient le comité de visite de ses appréciations très positives (A/A/A) et de ses propositions constructives. Ils ont particulièrement apprécié que l'expertise ait défini cette spécialité à caractère professionnel comme « une formation riche (...) fortement adossée à la recherche », et souligné « la cohérence des objectifs » accompagnée « d'une maquette équilibrée ». Ils ont également apprécié que les experts aient relevé la qualité du pilotage et du projet pédagogique, sa visibilité internationale, le panachage fécond entre formation initiale et formation continue, l'insertion professionnelle élevée ainsi que ses forts partenariats avec les organismes de formation et de développement du domaine interdisciplinaire et constamment innovant qui est le nôtre (ce qui explique que l'équipe soit située dans différentes universités et différents pays, pour rester au plus près de l'innovation).

Contrairement à ce qui est relevé, le taux d'insertion professionnelle des étudiants, selon l'Observatoire de la Vie Etudiante, est de 100% sur trois ans (2 promotions successives), ce qui est unique à la Sorbonne Nouvelle et inédit pour une formation uniquement à distance (dont les taux de réussite sont au-dessus de la moyenne nationale en e-learning). Les éléments concrets de pilotage (le nombre d'enseignants, leur statut et leur répartition sur sites ainsi que le suivi d'insertion — par le biais notamment de l'association des anciens et de l'Observatoire de la Vie Etudiante) sont mis en place et ont été précisés dans le document établi pour le dossier final remis au CEVU (voir point 11 « Taux de poursuite en doctorat, taux d'insertion professionnelle... », point 12 « analyse du devenir des étudiants diplômés » et point 13 « Composition et structure de l'équipe pédagogique » et fichier Excel en annexe).

Par ailleurs, l'équipe de pilotage a bien pris en compte la recommandation des experts de la création « d'une mention autonome (...) pour cette spécialité très spécifique » (page 13), et afin de respecter les instances de l'université et le rythme d'évolution du PRES Sorbonne Paris Cité, elle se donne jusqu'au mi-quinquennal pour explorer toutes les pistes et proposer une mention spécifique qui devrait tenir compte de la nomenclature à venir (en cours de développement au ministère de l'enseignement supérieur et de la recherche). Cela devrait permettre à AIGEME de parfaire son insertion dans le PRES SPC (par « mutualisations et articulations » comme suggéré en page 3 du rapport général) pour répondre aux attentes actuelles en matière de formation aux usages et apprentissages pédagogiques et scientifiques du numérique, en présence et à distance.

Master 2 Professionnel *Journalisme Culturel*

Le rapport de l'AERES qualifie la spécialité du M2 Journalisme culturel de cohérente, originale, et performante. Depuis la dernière évaluation, cette formation a fait ses preuves et a en particulier répondu à la demande de démontrer sa pertinence pédagogique et professionnelle, son positionnement sur une spécialité journalistique bien identifiée. Les préconisations pour le prochain contrat portent sur deux points, auxquels nous espérons répondre avec la même exigence.

Le taux d'étudiants issus du M1 Information-Communication de l'Université Sorbonne Nouvelle - Paris 3 finalement admis en M2 Journalisme culturel varie entre 15% et 35%. Afin d'augmenter ce taux, depuis l'année dernière une réunion d'information sur le M2 Journalisme culturel est spécifiquement dédiée à nos étudiants de M1. Par ailleurs, de façon générale, un regard bienveillant est porté sur les candidatures en provenance de nos étudiants de M1, au moment de l'examen des dossiers (1ère étape du processus de candidature) et lors des entretiens oraux (3ème étape du processus). Lors de l'épreuve rédactionnelle (2ème étape du processus), anonymisée, ne sont retenues que les meilleures copies, venant toujours d'étudiants de qualité mais qui, bon an mal an, sont issus de notre M1 en nombre plus ou moins important. Afin d'augmenter ce nombre, nous expliciterons davantage les attendus de cette épreuve écrite lors de notre réunion spécifiquement dédiée aux étudiants du M1 Information-Communication de la Sorbonne Nouvelle - Paris 3.

Concernant le partenariat entre les Masters Journalisme culturel (U. Sorbonne Nouvelle - Paris 3), Journalisme européen (U. Sorbonne Nouvelle - Paris 3), et Journalisme scientifique (U. Paris 7), notons que l'AERES a souligné la pertinence du positionnement de chacune des formations. Chacune correspond à des savoir-faire distincts liés à des genres journalistiques particuliers ainsi qu'à des environnements professionnels spécifiques, comme cela a été souligné. Au sein de chacune de ces formations à la cohérence propre, le partenariat s'insère concrètement via deux modules d'enseignements communs. Ceux-ci pourront être finalisés dans le sens des recommandations de l'AERES : le web-magazine élaboré de manière collaborative, à la fois outil pédagogique et vitrine pour les différentes formations, pourra comporter une dimension internationale prononcée; les conférences de recherche sur le journalisme et les médias mettront davantage l'accent sur les méthodes. Ces enseignements viendront en ajout à la base de chaque Master qui reste spécifique dans ses exigences pédagogiques et professionnelles (emplois très différents conditionnés par la focalisation sur les genres de la critique culturelle et du guide de sorties / la maîtrise experte des langues étrangères et des contextes nationaux en Europe / un bagage en sciences exactes pour la vulgarisation) ainsi que dans son architecture (Master Journalisme culturel en alternance tout au long du M2; Master Journalisme européen comportant un stage à l'étranger au second semestre; Master Journalisme scientifique sur les deux années de M1 et M2).

Master 2 Professionnel Ingénierie des échanges interculturels (futur CIIP)

La spécialité Ingénierie des Echanges Interculturels (IEI), qui deviendra à la rentrée 2014 Communications Interculturelles et Ingénierie de Projets (CIIP) a été notée A par l'AERES (aussi bien pour le Projet pédagogique que pour l'insertion professionnelle et le pilotage de la spécialité). A côté des points forts, l'AERES souligne pourtant deux points faibles de la formation.

- **Le premier est « le faible taux, voire l'inexistence, d'inscrits en M2 issus du M1 »**

Dans la partie recommandation, l'AERES estime alors que dans l'esprit de la mention, on ne pourra que convenir de la nécessité d'une augmentation significative de recrutements de diplômés du M1 InfoCom local au sein de cette spécialité M2 CIIP.

Mesures prises

Etant donnée l'attractivité de l'université Sorbonne Nouvelle - Paris 3, du département ICM, de la mention et de la spécialité, les dossiers de candidature à la spécialité IEI sont importants (autour de 200) dont simplement 15 à 20 % proviennent de la mention (proportion à peine plus importante que la part d'étudiant du M1 InfoCom qui postule à la spécialité), ceci étant sans doute la raison principale expliquant le faible taux d'inscrits provenant du M1 InfoCom.

La seconde raison sur laquelle on peut efficacement jouer, est la relative méconnaissance de la spécialité par les étudiants locaux et donc un manque d'optimisation des candidatures.

C'est pourquoi, plutôt que d'effectuer de simples quotas arithmétiques permettant une « discrimination positive » lors de la sélection des dossiers (effet qui pourrait avoir un impact sur le niveau de recrutement de la formation) les mesures prises par l'équipe pédagogique à partir de la rentrée 2013 vont dans le sens d'une plus grande information et de la mise en place de procédures d'accompagnement à destination des étudiants de M1 InfoCom.

Premièrement une réunion d'information sur la spécialité spécialement dédiée aux M1 InfoCom du département aura dorénavant lieu pendant la période de candidature des dossiers, réunion qui permettra aux étudiants de parfaire leur argumentaire.

Deuxièmement, depuis la rentrée 2012, l'équipe enseignante du master a cherché à mieux expliquer la spécialité de M2 aux étudiants de M1. Il ne faut pas oublier que cette spécialité n'a intégré le département que depuis 4 ans et que sur le long terme, son intégration est renforcée au sein du master. Par ailleurs la représentation de la spécialité de master IEI a mécaniquement augmenté au sein du M1 puisque le nombre d'enseignants titulaires du département a été accru dans le cursus de la spécialité à la rentrée 2012-2013 (passage de 4 à 6 enseignants chercheurs du département intervenants en IEI en plus de PRAG anglais et français également enseignants en M1), ce qui a pour effet une meilleure connaissance de la spécialité par les étudiants, puisqu'elle est plus fréquemment évoquée dans leurs cours de M1 par les enseignants intervenants dans la spécialité IEI.

Troisièmement, les étudiants de M1 ont été cette année, pour la première fois, invités dans le cadre du « temps fort » professionnel organisé par la promotion actuelle (2012-2013) du M2 IEI. Ce temps fort qui proposait notamment des débats avec des professionnels de l'interculturel, dont certains anciens étudiants de la formation, a permis aux étudiants de M1 particulièrement intéressés d'augmenter leur champ de connaissance sur l'interculturel, mais aussi de dialoguer avec les étudiants actuels ainsi que l'équipe pédagogique (dont des professionnels intervenants qui s'étaient déplacés pour l'occasion).

Enfin, il semble que l'habilitation à l'apprentissage à partir de la rentrée 2013 intéressera une part plus importante d'étudiants en M1 InfoCom (puisque l'apprentissage augmente l'employabilité d'un cursus donné).

- « **La relative confidentialité des métiers visés** »

Le second point faible listé par l'AERES est la relative confidentialité des métiers visés, pourtant bien définis. L'AERES préconise de lister les insertions professionnelles (...) pour rendre plus explicite les objectifs professionnels de la formation.

Mesures prises :

Le directeur (Maître de conférences) et la PAST qui coordonnent cette formation ne remplissent leurs missions que depuis la rentrée 2011. Un suivi des insertions professionnelles systématique ne peut réellement être opéré que depuis cette période (même si la PAST qui intervenait auparavant depuis longtemps dans la formation comme chargée de cours, a gardé des contacts avec des anciens étudiants d'avant la rentrée 2011).

La première mesure, prise pour la seconde année consécutive, est l'élaboration d'un listing des lieux de stages des étudiants qui permet de localiser les secteurs d'activités et les types d'entreprises intéressés par les étudiants M2 IEI. La seconde mesure, qui permet de renforcer le lien aux entreprises est l'invitation des tuteurs de stages aux événements organisés par les étudiants, ce qui permet à ces représentants des entreprises de mieux connaître l'université et la formation et à l'équipe pédagogique d'entendre les besoins des entreprises. La troisième mesure est l'invitation « d'anciens » qui viennent témoigner devant la promotion de leurs emplois actuels.

Enfin la quatrième mesure, qui prendra effet à partir de la rentrée prochaine est, un sondage systématique de la promotion N-2 (donc pour cette année, la promotion 2011) afin de connaître l'occupation professionnelle des anciens, et, le cas échéant, leur transmettre les offres d'emplois parvenues au master. Une coordination avec les outils du Bureau d'aide à l'insertion professionnelle sera envisagée pour mener à bien ce projet.

Master Recherche *Etudes culturelles et représentations médiatiques*

- **Sur l'originalité du projet**

Le projet est considéré par le comité AERES comme manquant « d'originalité » et de « pertinence » « dans le champ », alors qu'il n'existe pas de master recherche en études culturelles en France et que la plupart des diplômes de ce type ont été créés, dans la plupart des pays désormais, dans des départements de communication et médias. Il est donc difficile, d'une part, de considérer comme banale une proposition en études culturelles, alors que la France se présente comme un isolat scientifique, d'autre part, de ne pas relever la pertinence, au moins minimale, de réflexions sur les dimensions genrées ou ethnoculturelles de la communication médiatique, alors que les enjeux de l'affirmation des différences semblent s'affirmer.

- **Objectif recherche ou professionnalisant de la formation, méthodes et outils**

La spécialité est bien présentée en recherche exclusivement mais ne s'interdit pas, comme le M2 recherche « Information-Communication » existant, de favoriser pour les étudiants l'accès à des professions autres qu'universitaires (voir M2 recherche « Information-Communication » plus haut) en raison de la qualité des enseignements délivrés.

Comme pour les autres masters 2 du département, il faut préciser que les enseignements méthodologiques sont concentrés en M1 (voir la discussion M1 plus haut), le public attendu devant prioritairement provenir du M1 Information-Communication, ce qui doit participer de la résorption de l'écart numérique entre M1 et M2.

- **Adossement à un laboratoire**

Le projet précise bien que le CIM (EA 1484) est la structure de recherche à laquelle est adossée la spécialité. Dans l'évaluation AERES de cette équipe d'accueil, le centre de recherche MCPN qui porte le projet de création Etudes Culturelles et représentations médiatiques, a été classé A, A+, A+ et A+ , soit la meilleure note du CIM.

- **Intégration dans la spécialité recherche existante**

Plutôt qu'un rejet complet du projet, le comité AERES interroge la possibilité de « faire émerger de telles questions dans la spécialité recherche déjà existante Information et Communication ». Une réflexion est en cours dans le département pour suivre cette suggestion.

Projet de master International

- **Adossement à la Recherche**

La distinction entre les finalités Recherche et Professionnelle est conjoncturelle en France, elle est moins tranchée dans les pays partenaires qui ne distinguent pas autant ces finalités. Les laboratoires qui permettent l'adossement à la recherche de cette spécialité et auxquels sont rattachés les intervenants et responsables de ce projet sont les suivants :

Pour Macquary University

FACULTY of ARTS, Department of Media, Music, Communication and Cultural Studies
Research Centres and Institutes : Centre for Media History ; Centre of Interactive Media Institute ; Soft Power Advocacy and Research Centre (Prof Naren CHITTY)

Pour la Communication University of China

The Center for International Communication, The Institute of International Journalism, The Center for European Media Studies, et The Center for Media and Gender Studies.

Pour l'Université Sorbonne Nouvelle - Paris 3

En particulier le Laboratoire CIM (Communication Internationalisation Médias), EA 1484, avec ses 4 centres de Recherche.

- **Pilotage de la spécialité**

Le pilotage de la spécialité est d'abord assuré par les trois responsables du projet, un par Université partenaire, aidé chacun par les équipes des départements concernés. Il s'agit en l'occurrence de Naren Chitty (PR, Département de Communication Internationale, Faculty of Arts, Dpt of Media, Music, Communication and Cultural Studies), LUO QING (PR, Centre for Communication Studies, VP for International Cooperation), Fayçal NAJAB (MCF (HC), Institut de la Communication et des médias, Ufr Arts et Médias).

Un bon quart des EC (PR et MCF) sont associés à la réflexion et aux décisions concernant ce projet, et plus des deux tiers des EC du Département ICM y enseigneront, dont un petit nombre donnera des cours en anglais. (les étudiants chinois et australiens seront sélectionnés sur leur compétence à entendre le français, quand les étudiants français sur celle à entendre l'anglais).

- **Outils et méthodes spécialement pour la Recherche**

Le dispositif pédagogique fait apparaître dans 2 semestres sur 4 un enseignement spécifique de méthodologie de la recherche, étant entendu en outre que tous les modules théoriques contiennent par définition l'enseignement de la méthodologie et des outils propres à l'élaboration des connaissances dispensées. Au 10^{ème} semestre, un Mémoire de recherche ou de recherche-action (semblable à celui effectué en Master Communication des entreprises et des Institutions), et tutoré, y compris méthodologiquement, est requis.

- **Sélection des étudiants**

Les étudiants seront sélectionnés parmi les meilleurs (têtes de classe) de leurs promotions dans chacune des formations en communication des universités respectives, et proposés aux deux autres universités, étant entendu qu'ils doivent maîtriser français et anglais.

- **Un dossier trop succinct**

Il manque certes les projets de convention bi- et trilatérale, précisant par exemple la sélection des étudiants, les questions de langue (cf. §2 précédent), parmi d'autres, évoquées dans le document principal, et que l'on n'a pas voulu infliger à l'évaluateur.

Le dossier d'Annexes accompagnant la Maquette donne les nombreux documents en particulier d'organisation pédagogique, qui articulent les approches des différents systèmes propres à chacun des pays, les intitulés précis de l'ensemble des cours ayant fait l'objet d'une validation formelle par les instances des trois universités. Ils montrent l'implication au plus haut niveau des trois universités dans l'intérêt et le soutien au projet (Présidente et doyen de la Faculté des Arts pour Macquarie, personnellement impliqué dans le pilotage de l'ensemble des processus, cf. compte-rendu de mission d'oct. 2012 à Pékin ; Président et VP Relations internationales pour la CUC, CA avec Document officiel de cadrage des Masters de la Sorbonne Nouvelle - Paris 3).