

MASTER 2 PROFESSIONNEL MULTIMÉDIA INTERACTIF

PRÉSENTATION DE LA FORMATION

PROGRAMME

Durée : 2 semestres d'enseignement suivis d'un stage de 2 mois minimum.

Début des enseignements : Fin septembre.

La formation comprend :

- six UE composées de séminaires et ateliers (dont 5 semaines de mise à niveau et formation informatique sur les logiciels multimédias et les langages de programmation)

- la réalisation de dispositifs multimédias interactifs accompagnée d'un mémoire de management

- un stage suivi d'un rapport d'ingénierie multimédia

Le Master ne peut être délivré qu'aux étudiants ayant validé positivement l'ensemble des UE, soutenu la réalisation multimédia accompagnée d'un mémoire et validé leur stage.

DESCRIPTIF DES ENSEIGNEMENTS

PÔLE « CULTURE ET COMMUNICATION »

Études culturelles

Analyse réflexive et critique des diverses compréhensions et médiations de la culture. Etude du clivage entre une conception de la culture comme fait et une autre comme valeur. Mise en regard des finalités et modalités des grands médiateurs passés et des exigences des médiations contemporaines. Interrogation sur la communication afin de mettre en perspective le statut de médiateur.

Sociologie des publics

Présentation des problématiques de recherche et des résultats concernant les pratiques culturelles et les usages des nouvelles technologies en milieu culturel. Mises en situation concrètes et études de cas.

Muséologie et médias numériques

Réflexion sur les questions de l'insertion des médias dans le musée tant en termes de gestion des espaces d'exposition que de personnalisation de la visite.

Analyse critique et prospective des nouveaux médias

Étude de la création contemporaine dans le secteur des nouveaux médias. Utilisation d'outils analytiques, critiques et évaluatifs des nouveaux médias tant en terme d'innovation que d'utilisation par les usagers.

PÔLE « TECHNIQUES DE RÉALISATIONS »

Technologies audio et vidéo numériques

Initiation à la captation vidéo et son, à la création des séquences vidéo et son numérique et au montage virtuel. Familiarisation à la réalisation de vidéos et de sons numériques et à leur intégration dans le multimédia. Initiation au design sonore.

Technologies de l'hypermédia et des bases de données

Mise à jour des compétences des étudiants dans la maîtrise des langages de programmation et des logiciels hypermédias de la chaîne de production on et off line, de la fabrication des contenus multimédias jusqu'à leur intégration et leur diffusion.

Direction artistique

Cet enseignement a pour rôle de dynamiser et de certifier les mesures et les engagements liés à la médiation proposés par les différentes équipes de conception et réalisation de produit. Le suivi de projet assurera le contrôle des structurations et des engagements visuels et sonores en relation étroite avec la programmation technique et les attendus communicationnels des projets. Il veillera au respect du sens et de la bonne intelligence des systèmes.

Direction éditoriale et réalisation de multimédias

Conception et réalisation de multimédias pour des commanditaires réels (contenus et moyens) à destination de publics réels. La conception et la réalisation des multimédias interactifs se développent en équipes de production (4 à 5 étudiants) supervisées par un directeur de projet enseignant et conseillées par des experts.

Écriture multimédia interactive

Étude des méthodes, des outils, de la pratique, de la création et de l'écriture interactive pour la conception, la rédaction et la communication de multimédias interactifs. Objectif : Initiation à l'analyse et à la création éditoriale multimédia qui doit conduire à acquérir une méthodologie de conception du projet.

PÔLE « TECHNIQUES DE MANAGEMENT »

Droit du Multimédia et de l'entreprise multimédia

Étude des éléments juridiques de base. Acquisition des réflexes destinés à faciliter le processus de création dans le domaine du multimédia tout en intégrant les contraintes légales. L'accent est mis sur l'examen des techniques contractuelles unissant les différents intervenants.

Management de projet, financement et suivi de production multimédia

Méthodologies de la gestion de projet à partir d'exemples concrets et de présentation des documents professionnels. Étude du financement et des risques liés aux structures de projet, à la définition des rôles et des responsabilités, à la communication ainsi qu'aux rapports coût / délais / qualité.

PÔLE « THÉORIE MULTIMÉDIA »

Sémiotique du multimédia

Évaluation, analyse et lecture critique systématiques d'interactifs culturels ou artistiques. Initiation aux outils de la sémiotique appliquée au multimédia.

Sémiotique et design d'interface

Approche sémiotique théorique et appliquée de l'exploitation et la médiation de documents (textes, images fixes ou animées) par le multimédia et l'interactivité. L'accent est porté sur les sémiotiques de l'image et la capacité des signes iconiques à communiquer.

Communication visuelle et design d'information

Enseignement théorique des différents enjeux et contraintes techniques et/ou sémiotiques liés au design de l'information en tant que technique de communication et de médiation, appliquée au multimédia.

Conférences et rencontres avec les professionnels

Suite de dix rencontres avec des professionnels du multimédia. Ceux-ci sont invités à présenter un état des lieux et les mutations des métiers et emplois du secteur numérique, notamment de son développement dans les champs de la médiation de la culture et des savoirs. Ces rencontres sont destinées à favoriser la découverte du milieu professionnel en privilégiant la relation avec des acteurs aptes à réfléchir sur la place des TIC dans la société.

+ Stage et mémoire d'ingénierie de la production multimédia en entreprise

Stage ou activité professionnelle d'au moins deux mois qui donne lieu à un rapport propre ou à un rapport d'audit de conception et/ou réalisation d'un produit multimédia.