

MI MASTER
MÉTIER S DU
MULTIMÉDIA
INTERACTIF

Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne

Centre Saint-Charles
47, rue des bergers
75015 PARIS

SOMMAIRE

Présentation	4
Débouchés	6
Enseignements	10
Stage	16
Admission	18



Présentation

Le Master Métiers du Multimédia Interactif offre une formation unique, avec à la fois un cursus universitaire dynamique et une expérience professionnelle.

Dans un cadre de travail exceptionnel, les élèves gèrent l'intégralité de leurs projets numériques. Qu'il s'agisse de sites web, d'applications ou encore de médias interactifs, la gestion de projets s'articule dans des équipes projets très diversifiées. Chaque étudiant entre au Master Métiers du Multimédia Interactif avec un profil bien spécifique. Il peut s'agir de compétences en gestion de projet, design, développement, audiovisuel, rédaction, scénarisation ou tout autre domaine entrant dans la conception/réalisation de projets multimédia.

Dans un contexte où le web et ses données explosent, les futurs diplômés peuvent appréhender les difficultés des métiers du numérique en évoluant en équipes face à de réelles situations d'agence.



Début de la procédure d'admission au Master

15 avril au 6 mai 2019

1 mars au 20 mars 2019 (pour les étudiants étrangers)



Début des enseignements

Mi-septembre 2019



Durée

10 mois

CONTEXTE

Dans un contexte de réflexion sur les enjeux du numérique en constante évolution, le Master MMI offre une formation répondant aux exigences du caractère pluridisciplinaire des métiers du web.

Les étudiants sont formés aux processus de conception, de création, de production, ainsi qu'au management de projet et à l'évaluation des produits. Le MMI ne forme pas à une spécialité unique, en revanche, il prépare au travail en équipe polytechniques. Il permet aux étudiants d'endosser plusieurs rôles au cours de leur formation, tout en acquérant de nouvelles compétences. Au second semestre, ils réalisent des projets dans des conditions professionnelles réelles, en répondant à des commandes de partenaires extérieurs.

À l'issue de cette dernière année de Master, les étudiants ressortent avec de nouvelles connaissances, mais surtout avec une solide expérience professionnelle.

ENVIRONNEMENT

Les étudiants du Master MMI bénéficient d'un environnement de travail exceptionnel au sein de l'Université.

Tout au long de leur année de formation, ils disposent d'une salle qui leur est exclusivement dédiée. Cette dernière comprend tout le matériel requis pour assurer des productions professionnelles (ordinateurs, suite Adobe, tablettes graphiques, matériel audiovisuel, ...). Grâce à ces nombreux équipements, les étudiants peuvent se former et travailler dans des conditions idéales afin de s'adapter aux évolutions du secteur, en termes de logiciels, d'architecture de l'information, de design cognitif, participatif et de design d'inclusion.

STAGE

En fin d'année, l'étudiant doit effectuer au choix, un stage, une activité professionnelle ou monter son propre projet multimédia.

La durée de ces activités doit être de deux mois minimum à cinq mois maximum pour les stages conventionnés.

À partir de cette expérience, les étudiants devront rédiger un mémoire d'ingénierie de la production multimédia en entreprise (rapport propre ou rapport d'audit de conception et/ou réalisation d'un produit multimédia). S'ils le souhaitent, les étudiants ont la possibilité d'effectuer plusieurs stages conventionnés, tant que les dates ne dépassent pas le 30 novembre de l'année en cours. Suite à ce stage, le contexte unique de la formation MMI permet aux étudiants de trouver un emploi dès les premiers mois de recherche puis de progresser rapidement dans leur carrière.



Débouchés

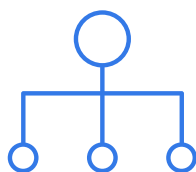
100 % des diplômés du MMI trouvent dans les 6 mois un emploi dans le domaine du numérique.

Tout comme à l'entrée du Master, les profils sortants sont très variés : chef de projet web, creative technologist, directeur artistique, UX designer, UI designer etc. Les diplômés de cette formation peuvent être employés dans des agences web, des services web des entreprises publiques et privées, des établissements culturels, dans des structures associatives, ou encore des bureaux d'études et de conseil, tous secteurs confondus.

PROFILS

Liste non exhaustive des profils sortants du MMI, et des métiers auxquels ce Master prépare.

CHEF DE PROJET



Le chef de projet multimédia ou web **gère l'ensemble d'un projet** de création ou de refonte d'un site web. Il **planifie, budgétise, coordonne** les équipes de travail, gère les relations clients, le tout en s'assurant de respecter le coût et les délais fixés pour la réalisation du projet.

Au MMI, il y a toujours un chef de projet, voire deux pour les plus grands projets. Ils gèrent directement les projets de l'agence Multimédia Sorbonne (MS Prod.) avec les clients et coordonnent l'équipe composée des autres étudiants. Les professeurs assurent un suivi de projet mais ce sont les étudiants qui prennent l'essentiels des décisions et responsabilités.

DIRECTEUR ARTISTIQUE



Le directeur artistique **conçoit et réalise les créations graphiques** et artistiques d'un projet. Appliquée au secteur du multimédia, la direction artistique Web demande une connaissance des spécificités du domaine numérique et ses normes.

Dans le master, il y a souvent plusieurs graphistes et un directeur artistique par projet. L'équipe « créa » doit faire preuve d'un grand sens de l'organisation et accepter parfois les compromis. Les DA sont aussi en contact direct avec les clients afin de valider les propositions graphiques.

UI DESIGNER



L'UI (interface utilisateur) designer est en charge de **concevoir** intelligemment **l'interface web**. Il doit penser les éléments du site de telle manière à ce qu'ils apparaissent familiers aux yeux de l'internaute. Il s'attache ainsi à **rendre la navigation claire**, le parcours utilisateur optimisé et les contenus de qualité.

Les graphistes du MMI sont également UI designers, car la plupart des projets multimédia requière la conception d'interfaces. Si les UX designers gèrent plutôt la structure du site et de l'information, les UI designers sont davantage dans l'interface pure. En accord avec les DA, UX et développeurs, ils rendent visibles les interfaces.

UX DESIGNER



L'UX (expérience utilisateur) designer se penche sur la stratégie projet, il reformule si besoin l'objectif du client en fonction de son **analyse sur l'expérience utilisateur**. Il **facilite** ainsi la **navigation** de l'internaute et améliore sa visite en incluant dans son processus de réflexion l'interface, le design, le contenu et l'architecture du site web.

Les UX designers du MMI travaillent en général en équipe par projet. Ils ont besoin de vérifier que le fonctionnement du site est compréhensible par tous. Les UX élaborent des wireframes (schémas simplifiés de l'interface du site) et travaillent en parallèle des graphistes (alors UI designers), qui se chargeront « d'habiller » visuellement la page structurée.

CREATIVE TECHNOLOGIST



Le creative technologist est un **métier hybride** qui allie technologie de l'information, marketing et design. Avec un profil initial de codeur, le creative technologist réinvente l'expérience digitale de certains produits ou services, et doit donc également avoir des notions de design tout en faisant preuve d'un esprit innovateur. Il **expérimente** des **outils spécifiques** à partir de codes et de Frameworks afin d'obtenir des **prototypes** en réponse à la demande client.

Au MMI, il y a peu de projet qui nécessite directement un profil de creative technologist, mais les compétences acquises au sein du Master constituent une base solide pour continuer dans cette voie.

CONCEPTEUR RÉDACTEUR



Le concepteur rédacteur est un créatif. Il participe à la conception d'un projet et rédige les contenus textuels nécessaires.

Son travail s'articule conjointement avec celui du directeur artistique ou du webdesigner, le profil artistique et le profil rédactionnel étant complémentaires dans la plupart des projets.

Le concepteur-rédacteur a un rôle clé au MMI. Il lui arrive d'être épaulé selon la taille du projet. Le CR s'occupe du site d'un point de vue rédactionnel (textes et titres) mais aussi éditorial (choisir le ton, les types de contenu, le rapport texte/visuel). Sa collaboration avec les UX et UI designers est très importante pour la cohérence des projets.

DÉVELOPPEUR WEB



Le développeur web effectue la réalisation technique et le **développement informatique** d'un site web. Il répond à la demande du client en réalisant des fonctionnalités logicielles en code informatique à partir d'un cahier des charges fourni par le chef de projet.

Au sein du MMI, il y a toujours un ou deux développeurs Web par projet. Ils travaillent en général avec les langages PHP, HTML, CSS et JS, et en majorité sur des CMS.

RÉFÉRENCEUR WEB



Le référenceur web doit faire en sorte d'améliorer la visibilité d'un site web par les moteurs de recherche, afin de le faire apparaître en tête de liste. Ce métier demande des compétences en matière de rédaction, de technique, de marketing, et de relation client.

Au MMI, tous les projets accordent une grande attention au référencement. Les compétences acquises au sein du Master constituent une base solide pour continuer dans cette voie.

COMMUNITY MANAGER



Le community manager, comme son nom l'indique, anime une communauté d'internautes et les fédère autour d'un intérêt commun, représenté par une organisation (marque, association, produit...). Il doit donner vie à l'univers de l'organisation sur les réseaux sociaux tout en encadrant les échanges avec le public.

Plusieurs projets du MMI nécessitent une mise en valeur sur les réseaux sociaux. Il n'y a pas d'enseignement dédié à ce métier au sein du MMI mais un ou plusieurs étudiants doivent assurer ce rôle de communicant en ligne.

MÉDIATEUR CULTUREL



Le médiateur culturel est l'intermédiaire entre les créateurs et le grand public. Ses missions comprennent l'organisation d'expositions ou de festivals, la gestion de salles de spectacle, la création d'événements ou la programmation culturelle d'une ville.

Le profil médiateur culturel peut intervenir pour un type de projet spécifique au sein du MMI, comme une installation interactive ou une exposition. Un profil entrant en tant que médiateur culturel au MMI devra être capable d'assurer d'autres rôles dans les différents projets.



Enseignements

L'année universitaire du Master MMI se divise en deux semestres de six Unités d'Enseignement composées de séminaires et d'ateliers.

Les huit premières semaines de formation sont consacrées à un apprentissage informatique et à une mise à niveau sur les logiciels multimédias et les langages de programmation. Trois-quarts des enseignants du Master Multimédia Interactif sont des intervenants externes, professionnels du secteur. Le caractère évolutif du numérique requiert un programme d'étude souple, le Master MMI adapte donc chaque année ses enseignements en fonction des exigences professionnelles du domaine multimédia.

1. THÉORIE MULTIMÉDIA

SÉMIOTIQUE DU MULTIMÉDIA ET DU DESIGN D'INTERFACE

Bernard Darras

Directeur de la formation,
esthéticien et sémioticien français

36 h semestrielles

Cette formation à la sémiotique pragmatique est appliquée à l'étude de dispositifs multimédias et interactifs, du diagnostic de sites, du benchmark, de la création et de la conduite de projet avec plusieurs parties prenantes. L'accent est porté sur la sémiotique du design de l'information et du design de communication.

2. ART CULTURE COMMUNICATION

DIRECTION ARTISTIQUE

David Bihanic

Designer et maître de conférences
à l'Université de Valenciennes
et du Hainaut Cambrésis

36 h semestrielles

Cet enseignement aborde les règles, principes et méthodes de composition graphique et typographique. Partant du repérage et de l'analyse (exemples de réalisations à l'appui) des principales variables d'ajustement graphique qu'il revient, pour le typographe comme pour le concepteur graphique, de connaître et de maîtriser, il s'agit pour les étudiants de conduire un projet graphique leur offrant de s'exercer au bon maniement de ces dites variables (en faveur d'un double objectif pédagogique : pour un meilleur discernement et une plus grande habileté créative). Le cadre de projet variant chaque année, il pourra s'agir (isolément ou non) de créer des caractères typographiques, de concevoir une identité visuelle (ainsi que d'en établir ses adaptations/déclinaisons en fonction des supports visés), de concevoir une campagne d'affichage multiformat, etc. Fort de cette expérience pratique, il reviendra également de préciser aux étudiants quelle est la position occupée par le directeur artistique au sein d'une organisation de projet ainsi que de clarifier ses missions/responsabilités.

ARCHITECTURE DE L'INFORMATION

Max Elbling

Directeur artistique indépendant

24 h semestrielles

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 attentes communicationnelles des projets. Il veillera au respect du sens et à la bonne intelligence des systèmes.

COMMUNICATION VISUELLE ET DESIGN D'INFORMATION

David Bihanic

Designer et maître de conférences
à l'Université de Valenciennes
et du Hainaut Cambrésis.

24 h semestrielles

Cet enseignement se voit consacré au design des données ou « data design » (cartographie de données, visualisation de données, illustration et représentation graphique de données etc.). Celui-ci repose sur une pédagogie par projet engageant diverses « mises en pratique » (cadrage/positionnement de projet, collecte de données, prétraitement et manipulation de données, formalisation créative et développement informatique, etc.) soutenues, étayées par des apports théoriques, méthodologiques et techniques. Ce module est souvent l'occasion d'engager des projets pédagogiques en partenariat avec des entreprises, des institutions publiques ou encore des associations.

ÉCRITURE MULTIMÉDIA INTERACTIVE

Bernard Bréchet

Consultant et associé de Gédéon,
Directeur de OneOverMany,
et Maître de Conférences Associé.

36 h semestrielles

Le cours est construit autour de 3 axes :

1. Appréhender la scénarisation au sein de projets multimédias interactifs ;
2. Comprendre les enjeux de systèmes identitaires globaux (alliant image, son et vidéo) ;
3. Mener à bien les projets de commande du MMI (compréhension du client, du brief, du contexte, de l'objet ou du service à créer).

La méthodologie de projet s'articule de la façon suivante : brief, analyse et enrichissement du brief, hypothèses, benchmark polarisé (références), note d'intention, storyboard / storytelling, images-clés (rendu), options techniques de développement, tests de développement, aller-retour entre concept et technique, fluidité et cohérence de l'ergonomie proposée, corrections, livraison, évolution d'une v2, bilan auto-critique.

ÉTUDE DE L'EXPÉRIENCE DE L'USAGER ET DES RÉSEAUX SOCIAUX

Sylvie Daumal

Spécialiste du design
d'expérience utilisateur

24 h semestrielles

L'expérience utilisateur est la perception et le ressenti d'une personne qui utilise un produit, un service ou un système numérique dans le contexte d'une interaction humain-machine. Le design d'expérience utilisateur consiste à designer pour et en fonction de cette expérience. Le cours permet sur plus d'une vingtaine d'heures de découvrir ce processus de conception itératif en expérimentant les techniques de recherche utilisateur, d'atelier créatif et de tests utilisateur.

MÉDIAS NUMÉRIQUES ET MUSÉES

Silvia Filippini Fantoni

Responsable des évaluations
et du développement des nouveaux
produits multimédias

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.

24 h semestrielles

MÉTHODOLOGIE DE LA RECHERCHE ET CULTURES NUMÉRIQUES

Catherine Chomarot-Ruiz

Philosophe, professeure d'esthétique
et chercheure à l'Institut ACTE

État des lieux et positionnement de la recherche française dans le contexte international. Pour introduire à ce nouveau champ du savoir, aux notions qu'il utilise et à ses enjeux sociétaux, le cours consiste à prendre en compte l'histoire des Digital humanities ainsi que la structuration internationale et française des DH. Il insiste sur la place et le rôle spécifiques que l'édition (open acces) et le design graphique jouent dans ce domaine, et l'impact de ce champ sur les arts et le devenir du livre. Puis, il s'attache à l'impensé scientifique du code et des logiciels, en mettant en relation les humanités numériques et les software studies. Enfin, il interroge l'ambition (avouée/réelle) des humanités numériques et leur existence hors du champ de la recherche.

24 h semestrielles

3. TECHNIQUE DE RÉALISATION

DIRECTION ÉDITORIALE ET RÉALISATION MULTIMÉDIA

**Bernard Darras, David Bihanic,
Max Elbling, Bernard Bréchet**

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.

72 h semestrielles

HTML/CSS, JAVASCRIPT ET JQUERY

Thierry Audoux

Coordinateur pédagogique et enseignant à Gobelins, l'école de l'image.

30 h semestrielles

Le cours a pour objet la création de sites internet. Les étudiants revoient et approfondissent leurs notions en html et CSS dans le but de réaliser des pages web animées en javascript (jQuery).

PHP

Jean-Marie de France

Enseignant permanent au département Multimédia des Gobelins, l'école de l'image.

5 h semestrielles

Initiation au fonctionnement des serveurs web et au langage php au travers de diverses mises en pratiques : création de pages web dynamiques et de bases de données.

WORDPRESS

Marc Bellêtre

Webdesigner indépendant

15 h semestrielles

Approfondissement de l'utilisation des systèmes de gestion de contenu (CMS) sur Wordpress, et mise en pratique par des exercices de personnalisation d'interface par le biais du code.

RÉFÉRENCIEMENT

Patrick Chamayou

Directeur de création pour l'agence web DraftWeb

12 h semestrielles

Découverte du fonctionnement des moteurs de recherche et du référencement naturel. Apprentissage des stratégies à employer pour gérer le trafic d'un site internet et favoriser sa visibilité sur le net.

SUIVI INFORMATIQUE DE PROJET

Aide et conseils à la réalisation informatique des projets.

Marc Bellêtre

Webdesigner indépendant

24 h semestrielles

4. TECHNIQUE 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.

Pierre Gioux

Avocat spécialisé dans les domaines du droit de la propriété intellectuelle, des médias et de la communication, de l'Internet et du commerce électronique.

24 h semestrielles

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, délai et qualité.

Bruno Tournet

Consultant digital senior, manager et enseignant.

24 h semestrielles



Stage

Après avoir trouvé un stage, voici la procédure à suivre :

1. Réunissez les informations dont vous aurez besoin en vous référant à la Fiche de liaison et à la Notice à la convention de stage type.

[Fiche de liaison](#)

[Notice à la convention de stage type](#)

2. Munissez-vous de vos identifiants pour accéder à votre compte Paris 1.
3. Complétez et imprimez en 3 exemplaires votre convention via l'application Pstage.

[Convention](#)

4. Dépôts pour signature des 3 exemplaires dans cet ordre :

Le stagiaire (ou son représentant légal),

L'organisme d'accueil (l'entreprise),

Le tuteur du stage.

L'enseignant-référent,

**L'université Paris1 Panthéon-Sorbonne (Directeur/trice)
de l'UFR/de département, par délégation du Président)**

Pour la signature des conventions par l'université, joindre une attestation d'assurance responsabilité civile couvrant toute la durée du stage et valable à l'international pour les stages à l'international.



Durée
**De deux
à cinq mois**



Nature
**Stage, emploi
ou entrepreneuriat**



Rendu
**Un mémoire
d'ingénierie**

ATTENTION !

- > Aucun stage ne peut être débuté sans signature de la convention par [l'ensemble des parties prenantes](#).
- > Toute convention doit être déposée pour signature [au plus tard 15 jours avant le début du stage](#).
- > [Toute modification du déroulement du stage doit faire l'objet d'un avenant](#) à remplir sur P-stage dont les 3 exemplaires doivent être signés par toutes les parties dans le même ordre que la convention.
- > Dans la cas où la convention est transmise par voie postale, merci de fournir une [enveloppe timbrée libellée à vos nom et adresse](#).
- > Une gratification d'[au moins 577,50€ mensuel](#) (ou 3,75 €/heure) est obligatoire pour les stages d'une durée supérieure à 2 mois consécutifs ou non dans la même année.
- > Date de fin de stage [au plus tard le 30 novembre](#) de l'année en cours.

EN SAVOIR PLUS

- > [Guide pratique des stages étudiants](#)
- > [Simulateur de calcul de la gratification minimale d'un stagiaire](#)
- > [Bureau d'aide à l'insertion professionnelle](#)
- > [Réseau pro Paris 1](#)

STAGES À L'ÉTRANGER

S'il s'agit d'une entreprise française qui missionne un étudiant pour un stage en dehors du territoire, la législation française s'applique et le stagiaire a le droit à une gratification. Pour tous les autres cas, aucune gratification n'est obligatoire, ce qui ne signifie pas qu'un stagiaire ne peut pas en obtenir. Le stagiaire est soumis à la législation du travail du pays dans lequel il effectue son stage.

Fiche stage à l'étranger à compléter

http://www.pantheonsorbonne.fr/fileadmin/UFR01/Conventions_de_stage/stage_etranger_fiche_annexe_461516-1-1.pdf



Admission

Le Master Multimédia forme chaque année vingt à vingt-cinq étudiants.

La formation s'adresse à toute personne portant un intérêt pour les nouvelles technologies, la réalisation multimédia, l'interactivité, et le design.

Des compétences préalables en informatique, de bonnes connaissances culturelles, ainsi que des aptitudes en communication et management de projet seront requises, intégralement ou en partie.

La sélection d'entrée se divise en deux phases : une sélection sur dossier en mai, puis une sélection après entretien en juin. Le recrutement s'équilibre entre les graphistes, designers, les développeurs, chef de projet web et les étudiants issus des filières multimédias, Information Communication et culturelles.

Des places sont disponibles pour les professionnels (VAE), à hauteur d'une à deux par an. Le Master accueille également chaque année environ un quart d'étudiants étrangers.

INSCRIPTION ÉTUDIANTS FRANÇAIS

Vous êtes titulaire d'un diplôme français :

Pour postuler au Master MMI, constituez un dossier de candidature **durant le mois d'avril**, puis suivez la procédure sur le site de **Paris 1**.

Procédure :

- > **Se connecter sur E-candidat**
- > **Télécharger le dossier de candidature**
- > **Compléter et retourner le dossier à l'adresse :**

Université Paris 1
UFR 04 - Secrétariat
Master Multimédia Interactif
47 rue des Bergers
75015 Paris

Vous êtes déjà étudiant à Paris 1 et souhaitez une nouvelle candidature dans l'UFR04 :

- > **Modalités d'inscription**

INSCRIPTION ÉTUDIANTS INTERNATIONAUX

Vous êtes étudiant européen ou étudiant étranger titulaire d'un diplôme français :

La procédure d'inscription varie suivant votre nationalité, votre pays de résidence ainsi que la nationalité du diplôme que vous préparez (ou dont vous disposez).

Cliquez sur **ce lien** pour connaître la procédure à suivre pour présenter votre candidature à titre individuel, c'est-à-dire en dehors des accords d'échange d'étudiants.



Adresse	Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne Centre Saint-Charles Master 2 Métiers du Multimédia Interactif 47, rue des bergers 75015 PARIS
Accès	RER : Ligne C (Javel) Métro : Ligne 8 (Boucicaut ou Lourmel) ligne 10 (Charles Michels ou Javel André Citroën) Bus : 42 (rond-point St Charles), 62 (Convention-St Charles) ou 88 (Cauchy)
Responsable du master	bernard.darras@univ-paris1.fr
Secrétariat	delphine.gaber@univ-paris.fr 01 44 07 84 84