

## Le Répertoire National des Certifications Professionnelles (RNCP)

Résumé descriptif de la certification **Code RNCP : 25881**

### Intitulé

MASTER : MASTER MASTER Sciences Humaines et Sociales mention Stratégies du Développement Culturel

AUTORITÉ RESPONSABLE DE LA CERTIFICATION	QUALITÉ DU(ES) SIGNATAIRE(S) DE LA CERTIFICATION
Université d'Avignon et des Pays du Vaucluse, Ministère chargé de l'enseignement supérieur	Président de l'Université d'Avignon et des Pays du Vaucluse , Recteur de l'Académie, Chancelier des Universités

### Niveau et/ou domaine d'activité

**I (Nomenclature de 1969)**

**7 (Nomenclature Europe)**

**Convention(s) :**

**Code(s) NSF :**

320m Spécialités plurivalentes de la communication et de l'information, 320n Conception : Etablissement de stratégies de relations publiques et de communication, 320p Organisation et gestion : Organisation et gestion des campagnes de relations publiques et de communication

**Formacode(s) :**

15006 relation interculturelle, 32020 encadrement interculturel, 13096 politique culturelle

### Résumé du référentiel d'emploi ou éléments de compétence acquis

**Ce Master comprend 2 parcours-type :**

- **parcours Médiations de la Culture et des Patrimoines : expositions, cultures numériques, tourisms (MuséoCom)**
- **parcours Publics de la Culture et communication**

La formation vise à former des experts de la communication dans le domaine culturel. La formation en Stratégie du Développement Culturel vise pour les étudiants une acquisition progressive de quatre compétences transversales

- Connaître les fondamentaux de la communication culturelle
- Construire un projet professionnel et des outils d'action stratégique et d'enquête
- Expertiser, concevoir un projet et programmer l'action culturelle
- Concrétiser une recherche ou des actions professionnelles et mettre en œuvre une stratégie

La nature plus spécifique des activités visées dépendent ensuite de la spécialisation choisie par l'étudiant.

*En Médiations de la Culture et des Patrimoines, les activités visées par le diplôme sont de quatre types :*

- La recherche, l'analyse et l'expertise des équipements, des actions et des dispositifs ;
- Le montage de projets à vocation de médiation ou de valorisation touristique de la culture et des patrimoines ;
- La conception et la scénarisation de lieux, de dispositifs et d'événements, la rédaction, la communication interne et externe ;
- La responsabilité administrative et la direction d'institutions du secteur de la culture et des patrimoines

*En Publics de la culture et communication, l'étudiant se forme dans le domaine de la culture et des médias comme les festivals, le cinéma, la télévision et la musique. Trois cibles de professionnalisation sont visées :*

- la formation de responsables administratifs de haut niveau dans la culture,
- concepteurs, rédacteurs, scénarisation de lieux et d'événements, programmeurs, responsables de communication interne et externe
- la recherche, l'analyse et l'expertise

Le professionnel met en œuvre en termes de stratégies une définition de l'action afin de concevoir les outils de médiation à même de promouvoir festivals, cinémas, et d'assurer une maîtrise des médias et réseaux sociaux. Le professionnel est opérationnel à un poste de responsabilité en communication ou de relations avec le public dans les mondes de la culture. Par ses capacités d'analyse, il peut intégrer directement un service d'études spécialisées sur les publics. Enfin, il peut poursuivre sa professionnalisation dans le cadre de la recherche en poursuivant une thèse.

- Pour la recherche, l'analyse et l'expertise : réaliser des enquêtes, recueillir et traiter des données documentaires, assurer une veille sectorielle, expertiser les dispositifs de médiation et produits, établir un diagnostic de contenu de politique ou de positionnement, rédiger un mémoire, etc. Concevoir et réaliser des expertises, des études et des prospectives dans le secteur culturel, patrimonial et touristique, participer à l'élaboration d'une politique de communication, réaliser une veille en matières de communication, participer à la mise en place de projets d'organisation (gestion et ressources humaines), concevoir des enquêtes et des outils statistiques appliqués, traduire, concevoir et réaliser des outils de communication à vocation internationale, connaître et savoir analyser les pratiques des publics

- Pour le montage de projets : analyser une demande, évaluer des projets, définir une politique et une stratégie culturelle, piloter et gérer un projet, animer une équipe projet, mettre en place des outils de communication. (→ Conduire un projet de la conception à la réalisation (gestion de projet) ; Développer et mettre en œuvre la politique d'une institution culturelle nationale ou internationale (musées, lieux de patrimoine et de culture)

- Pour la conception, la scénarisation et la communication : rassembler la documentation pour construire les contenus, définir des solutions et animer la création, définir et développer des concepts à mettre en œuvre dans l'exposition, les documents et scénarios de médiation, les outils numériques à vocation informative, interactive ou collaborative, les circuits, rédiger des cahiers des charges, piloter des expérimentations et des évaluations auprès des publics).

Analyser et concevoir des dispositifs, des supports et des actions de médiation (expositions, outils numériques, etc.) ; Connaître et évaluer les pratiques et innovations culturelles numériques

- Pour la responsabilité et la direction d'institutions : connaître le cadre administratif et juridique du patrimoine, des institutions culturelles, de la propriété intellectuelle, connaître les règles de gestion financière, assurer les principes de la conservation du patrimoine et de la vie culturelle, diriger des personnes et des équipes, construire une offre, définir un plan de communication et diriger sa mise en œuvre.

Entreprendre et manager dans le secteur de la culture et des patrimoines, gérer des institutions culturelles publiques ou privées

### **Secteurs d'activité ou types d'emplois accessibles par le détenteur de ce diplôme, ce titre ou ce certificat**

Il s'agit de former des acteurs capables d'organiser ou de prendre en charge directement des initiatives innovantes en matière de conception d'espaces et de dispositifs de médiation, ceci soit dans des institutions traditionnellement vouées à la culture (musées, sites patrimoniaux, médiathèques, institutions éducatives, théâtre, opéras, centres d'art contemporains, édition, etc.); soit dans des domaines reposant largement sur la communication culturelle (expositions, vulgarisation, médias numériques, tourisme, etc.); soit dans le cadre des enjeux sociopolitiques de la culture (associations culturelles, politiques d'entreprises, collectivités territoriales, médias généralistes, etc.).

On distinguera les métiers en amont de l'action liés à la production de connaissance et à la valorisation des savoirs à partir de l'analyse des processus de médiation et des situations, organisations et médias qui y contribuent, et les métiers de l'action centrés sur la programmation de l'action culturelle, l'animation de projets innovants, la conception de dispositifs et d'actions de médiation.

Métiers de l'amont : professionnels de la recherche et consultants (recherche et enseignement universitaire, formation, observatoire des publics, évaluation, diagnostic et expertise, agences de conceptions d'outils et de produits, marketing et acteurs des politiques de marques investissant le secteur culturel.

Métiers de l'action : gestionnaires de projets et d'équipements (actions de développement culturel ou patrimonial, musées, sites, services de collectivités territoriales, presse et édition spécialisée, entreprises culturelles privées, associations,), concepteurs d'expositions, concepteurs de produits multimédias, webmasters, responsables éditoriaux, responsables de politiques de publics, coordination ou direction d'équipes

### **Codes des fiches ROME les plus proches :**

**K2401** : Recherche en sciences de l'homme et de la société

**E1103** : Communication

**M1404** : Management et gestion d'enquêtes

**K1602** : Gestion de patrimoine culturel

**L1302** : Production et administration spectacle, cinéma et audiovisuel

### **Modalités d'accès à cette certification**

#### **Descriptif des composantes de la certification :**

Peuvent candidater les titulaires d'une licence de sciences de l'information et de la communication, d'une licence SHS (ethnologie, sociologie, histoire, géographie, sciences politiques, etc.) mais aussi de lettres, d'art ou de sciences lorsqu'ils sont engagés dans le projet d'une formation à la communication ou à l'information scientifique ou technique.

Descriptif des composantes de la certification :

Les 4 semestres de formation sont organisés selon trois pôles de formation :

- Les fondamentaux consacrés à l'acquisition des connaissances indispensables.
- Les outils destinés à donner les méthodes et les techniques d'étude et d'intervention.
- Le projet professionnel de l'étudiant lié au travail de terrain, à la prise en charge d'une mission et au travail académique de rédaction du mémoire.

La formation en alternance intervient en M2 (semestres 3 et 4). Il s'agit d'une alternance entre des activités académiques et des activités en situation professionnelle (soit en entreprise, soit dans une Jeune agence de type Junior Entreprise). Le M1 (semestre 1 et 2) est conçu pour préparer à cette alternance.

#### **Semestre 1 : Acquérir les fondamentaux pour la communication culturelle**

UE1. Les Fondamentaux : La connaissance du secteur de la culture

UE2. Les Fondamentaux : L'expertise des médiations de la culture et des patrimoines (Jeune Agence) / Approche des Publics de la Culture et Communication : les outils

UE3. Les Outils : L'apprentissage des techniques de connaissance des médiations (Jeune Agence)/ connaissance des publics

UE4. Le Projet professionnel : projet de recherche et analyse des compétences

#### **Semestre 2 : Construire un projet professionnel**

UE1. Les Fondamentaux : La connaissance des institutions du secteur de la culture

UE2. Les Outils : Conception de scénario d'exposition (Jeune Agence, projet de simulation)/ Transversaux : Ateliers enquêtes et image

UE3. Le Projet professionnel : projet de recherche et stage/ Professionnalisation

#### **Semestre 3 : Expertiser, concevoir, programmer**

UE1 Le Projet professionnel : Découverte du monde professionnel

UE2 Les Fondamentaux : Approche communicationnelle de la culture

UE4 Les Fondamentaux : Séminaires de recherche

UE5 Les Outils : Organisation et stratégie

UE6 Le Projet professionnel : projets en équipe (Jeune Agence)

#### **Semestre 4 : Concrétiser une recherche ou une action professionnelle**

UE1 Le Projet Professionnel : Travail de terrain (stage)

UE2 Les Fondamentaux : Rédaction d'un mémoire d'étude et de recherche

**Validité des composantes acquises : 10 an(s)**

CONDITIONS D'INSCRIPTION À LA CERTIFICATION	OUINON	COMPOSITION DES JURYS
Après un parcours de formation sous statut d'élève ou d'étudiant	X	Personnes ayant contribué aux enseignements I (loi n°84-52 du 26 janvier 1984 modifiée de l'enseignement supérieur) composées de 55% d'universitaires et de 45 % professionnels
En contrat d'apprentissage	X	
Après un parcours de formation continue	X	Personnes ayant contribué aux enseignements I (loi n°84-52 du 26 janvier 1984 modifiée de l'enseignement supérieur) composées de 55% d'universitaires et de 45 % professionnels
En contrat de professionnalisation	X	Personnes ayant contribué aux enseignements I (loi n°84-52 du 26 janvier 1984 modifiée de l'enseignement supérieur) composées de 55% d'universitaires et de 45 % professionnels
Par candidature individuelle	X	Possible par la procédure Validation des Acquis Professionnels
Par expérience dispositif VAE	X	Enseignants-chercheurs et professionnels

	OUI	NON
Accessible en Nouvelle Calédonie		X
Accessible en Polynésie Française		X

LIENS AVEC D'AUTRES CERTIFICATIONS	ACCORDS EUROPÉENS OU INTERNATIONAUX
	<p>Membre de l'ENCACT</p> <p>1 Université de Barcelone (Faculté d'histoire et d'anthropologie)</p> <p>2 Université du Québec à Montréal (UQAM). Partenariat en recherche et formation (maîtrise et master, doctorat).</p> <p>3 Université de Liège, formation et recherche : maîtrise de muséologie.</p> <p>4 Université de Tunis (INP et Manouba)</p>

#### Base légale

##### Référence du décret général :

Arrêté du 04 novembre 2014 accréditant l'Université d'Avignon en vue de la délivrance des diplômes nationaux.  
 Arrêté du 05 juillet 2013 relatif aux habilitations de l'Université d'Avignon à délivrer des diplômes nationaux.  
 Arrêté du 27 mai 2011 relatif aux habilitations de l'Université d'Avignon (habilitation 20080622)

##### Référence arrêté création (ou date 1er arrêté enregistrement) :

Arrêté du 09 novembre 2005 relatif aux habilitations de l'Université d'Avignon

##### Référence du décret et/ou arrêté VAE :

Article 78 de la loi n°2016-1088 du 08 août 2016 et articles L613-3 et L613-4 du code de l'Education.  
 Décret n°2002-590 du 24 avril 2002 pris pour l'application du premier alinéa de l'article L. 613-3 et de l'article L. 613-4 du code de l'éducation et relatif à la validation des acquis de l'expérience par les établissements d'enseignement supérieur

##### Références autres :

#### Pour plus d'informations

##### Statistiques :

Le master Stratégies du Développement Culturel a été classé dans la catégorie Management des Entreprises Culturelles dans le classement 2010 des Meilleurs Masters, MS et MBA. Il a été aussi classé en 2007, 2009 et 2011. Déjà en 2007, le master avait été classé premier dans la catégorie « Culture, multimédia et service » par le Nouvel Observateur dans son édition consacrée aux universités. Par ailleurs, l'Université d'Avignon et des Pays de Vaucluse a mis en place au niveau central un BAIP à même de systématiser et de mieux suivre l'insertion professionnelle des étudiants.

Étudiants ayant trouvé un emploi dès la fin de la formation : 50 %

Étudiants ayant trouvé un emploi après 6 mois : 21 %

Étudiants ayant trouvé un emploi après 12 ou 18 mois : 11%

Étudiants n'ayant pas d'emploi après 18 mois : 6 %

Étudiants engageant une thèse de doctorat à l'issue du diplôme : 12 %

Analyse de l'évolution des effectifs

Les effectifs de la formation sont connus et stables d'année en année. Le taux de réussite moyen sur la période 2011-2015 en M1 est de 98 %. Il est de 96.5 % en M2.

Analyse de la qualité de l'insertion et du devenir des étudiants diplômés

La formation dispose de deux types de sources de données concernant l'insertion professionnelle et la poursuite d'étude des diplômés du Master : l'enquête réalisée par la Maison de l'Orientation et de l'Insertion (MOI), service d'insertion professionnelle de l'établissement en lien avec le Ministère qui porte sur le devenir des diplômés 30 mois après l'obtention de leur diplôme et des enquêtes complémentaires réalisées par l'équipe pédagogique du Master. Ces enquêtes (l'une à destination de l'ensemble des diplômés via les réseaux sociaux et l'autre spécifiquement à destination des diplômés en formation continue de l'ISTS) complémentaires à la première, permettent une description des tendances récentes relatives à l'insertion professionnelle des diplômés sur un temps long.

- Taux d'insertion professionnelle global : 90%.
- Durée moyenne d'accès au premier emploi à partir du diplôme : 4 mois.
- Diplômés engageant une thèse de doctorat à l'issue du diplôme : 15 %
- Diplômés exerçant un métier en lien direct avec leur formation : 85%
- Diplômés gagnant plus de 30 000 euros par an : 40%
- Diplômés en emploi en CDI : 50 %

<http://www.univ-avignon.fr>

#### **Autres sources d'information :**

Site du master et JA

<http://univ-avignon.fr/rechercher-une-formation/master-sciences-humaines-et-sociales-mention-strategie-du-developpement-culturel-specialite-mediations-de-la-culture-et-des-patrimoines-museocom-expositions-cultures-numeriques-tourismes-1345.kjsp?RH=1483711573816>

<http://univ-avignon.fr/rechercher-une-formation/master-sciences-humaines-et-sociales-mention-strategie-du-developpement-culturel-specialite-publics-de-la-culture-et-communication-festival-cinema-medias-et-reseaux-sociaux-1288.kjsp?RH=1483711573816>

#### **Lieu(x) de certification :**

Université d'Avignon et des Pays du Vaucluse : Provence-Alpes-Côte d'Azur - Vaucluse ( 84) [AVIGNON ]

Université d'Avignon et des Pays de Vaucluse

Campus Hannah Arendt - Site Sainte Marthe

74 rue Louis Pasteur - 84029 AVIGNON cedex 1

#### **Lieu(x) de préparation à la certification déclarés par l'organisme certificateur :**

Université d'Avignon et des Pays de Vaucluse

Campus Hannah Arendt - Site Sainte Marthe

74 rue Louis Pasteur - 84029 AVIGNON cedex 1

#### **Historique de la certification :**

Le Département des Sciences de l'information et de la communication a été créé en 1989 sur la base de formations mises en place depuis 1984. Trente années d'existence ont permis de capitaliser une expérience en termes de formation à finalité professionnelle avec, dès 1989, la mise en place d'une MST en Conception Multimédia transformée ensuite en IUP Métiers des Arts et de la Culture. Un DESS Stratégie du Développement Culturel a été créé en 1997, ainsi qu'un DEA Muséologie et médiation culturelle. Le passage au LMD a été l'occasion de créer un ensemble de formations contribuant à l'implantation d'un pôle de référence en communication et en culture fondé sur la recherche et développant l'offre d'un cursus s'étendant du premier cycle - indispensable pour établir une formation conséquente dans un domaine - à la spécialisation d'excellence tant au niveau professionnel qu'au niveau doctoral. La formation SDC a vocation à porter, au niveau régional, la mention Culture et Communication.

L'obtention du Label French Tech positionne, au niveau national, notre université et particulièrement notre Master, comme étant spécialiste de la culture et du numérique. French Tech Culture structure en effet les synergies et les collaborations entre l'université, ses formations et ses chercheurs et les entreprises du numérique sur le territoire Avignon - Nîmes - Arles. Cette labellisation est une occasion d'implanter les étudiants soucieux de créer leur entreprise de permettre aux diplômés de la région de travailler au cœur d'un tissu économique et culturel dynamique.

La formation est particulièrement bien ancrée dans le contexte universitaire et régional comme en témoignent les conventions au niveau de l'établissement.

Le Master se singularise par l'étude des publics (institutions culturelles et patrimoniales : festivals, cinémas et musées) et sa prise en compte du numérique (via son adossement à la fédération de recherche Agorantic). Les modifications introduites via la jeune agence Muséocom et le jeune laboratoire Tubes à Idées visent à conforter le positionnement spécifique du Master dans une offre nationale devenue pléthorique, notamment en axant fortement le propos de la formation autour de la pédagogie par projets. Localement, la formation s'inscrit dans une complémentarité avec d'autres formations du territoire avec lesquelles des liens se construisent, notamment grâce à des projets de recherche communs des équipes d'accueil.

Le cursus s'inscrit dans la durée d'un projet scientifique et pédagogique fondé sur une analyse des besoins et des évolutions du champ de la culture et sur les recherches du laboratoire d'adossement du Master (l'équipe Culture et communication du Centre Norbert Elias (UMR 8562)). Cette mention participe ainsi au développement d'un pôle fort de référence en matière de formation sur la culture et la communication en appui sur la recherche. Le Master propose une approche de la culture en termes de stratégies et de définition de l'action dans des secteurs majeurs de la culture, de la communication et de leurs publics. Ces objectifs concernent l'ensemble de la mention

