

**MI** MASTER  
MÉTIER DU  
MULTIMÉDIA  
INTERACTIF

**Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne**

Centre Saint-Charles  
47, rue des bergers  
75015 PARIS



# SOMMAIRE

Présentation	4
Débouchés	6
Enseignements	8
Stage	14
Admission	16
FAQ	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 webdocumentaires, la gestion de projets s'articule grâce à 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, graphisme, 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 numériques en évoluant en équipes face à de réelles situations d'agence.



Début de la procédure d'admission  
**avril 2018**



Début des enseignements  
**Mi-septembre 2018**



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 une spécialité précise de métier, en revanche il prépare au travail en équipes et à endosser le rôle de divers profils tout en permettant de s'aguerrir de nouvelles compétences. Pendant leur formation, les étudiants gèrent les « sites écoles » du Master et du Centre de Recherche qui lui est associé.

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 non seulement avec de nouvelles connaissances, mais surtout avec une expérience professionnelle étoffée.

## 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, reflex 5D, ...). 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 devra 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 et 5 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'il 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, documentariste, etc.

Les diplômés de cette formation peuvent être employés dans des organismes publics, institutionnels, culturels, dans des structures associatives, des entreprises privées, 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.

### 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.

### 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.

### 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. Ils gèrent directement les projets de l'agence Multimédia Sorbonne avec les clients et coordonnent l'équipe composée des autres élèves. Les professeurs assurent un suivi de projet mais les élèves prennent eux-mêmes les décisions.

### 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 comme étant 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 effectuant des réglages de marges, des arrondissements de boutons etc.

### 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 n'y a pas 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.

## Référenceur web

Le référenceur web doit faire en sorte d'améliorer la visibilité d'un site web via un moteur 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, il n'y a pas de projet qui nécessite directement un profil de référenceur web, 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.

## 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 élèves doivent assurer ce rôle de communicant en ligne.

## Médiateur culturel

Le médiateur culturel est l'intermédiaire entre les artistes 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

### Conférences et rencontres professionnelles

Rencontres organisées 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.

30 h semestrielles

**Charlet Denner**

Responsable pédagogique, auteur multimédia et professeur associé à l'Université Paris

### Sémiotique du multimédia et du design d'interface

Sémiotique pragmatique appliquée à l'étude de l'audit de dispositifs interactifs, du benchmark, de la création et de la conduite de projet. L'accent est porté sur les sémiotiques de l'image et la capacité des signes iconiques à communiquer.

36 h semestrielles

**Bernard Darras**

Directeur de la formation, esthéticien et sémioticien français

## 2. ART CULTURE COMMUNICATION

### Datavisualisation et direction artistique

Appréhender, via la présentation d'une sélection de projets, certaines des nouvelles voies et orientations créatives en Data Design (Design de Données).

36 h semestrielles

**David Bihanic**

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

### Design d'expérience utilisateur (UX)

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.

24 h semestrielles

**Sylvie Daumal**

Spécialiste du design d'expérience utilisateur

### Méthodologie des humanités numériques

Réflexion et analyse philosophique de l'histoire du design, des techniques des usages numériques, et des humanités numériques. Étude de la création contemporaine dans le secteur des nouveaux médias et du rôle des réseaux sociaux dans le milieu éducatif.

24 h semestrielles

**Stéphane Vial**

Docteur en philosophie

### 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.

12 h semestrielles

**Silvia Filippini Fantoni**

Responsable des évaluations et du développement des nouveaux produits multimédias

## 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.

12 h semestrielles

**Silvia Filippini Fantoni**

Responsable des évaluations et du développement des nouveaux produits multimédias

## Typographie

Analyse de la typographie ('papier' et 'écran'), précisions des principales variables d'ajustement qu'il revient, pour le typographe comme pour le concepteur graphique, de connaître et de maîtriser. Examen/appréciation et évaluation corrective des travaux en cours des étudiants supposant l'emploi de typographies (sites Internet, épreuves d'édition "papier", etc.).

24 h semestrielles

**David Bihanic**

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

## 3. TECHNIQUE DE RÉALISATION

### Design et développement de contenus interactifs pour supports mobiles et web

Mise à jour des compétences des étudiants dans la maîtrise des langages de programmation et des logiciels de création graphique pour applications mobiles et site web. Fabrication des contenus multimédias jusqu'à leur intégration et leur diffusion.

45 h semestrielles

**David Tardiveau**

Enseignant et coordinateur de formations au département Multimédia de "GOBELINS, l'École de l'image"

### Design d'information et 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 attentes communicationnelles des projets. Il veillera au respect du sens et à la bonne intelligence des systèmes.

24 h semestrielles

**Max Elbling**

Directeur artistique indépendant

### Direction éditoriale et réalisation multimédia

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.

24 h semestrielles

**Bernard Darras, Charlet Denner, Max Elbling, Christophe Genin**

### Game design

Initiation à la création ludique dans le monde du multimédia et aux enjeux du game design. Réalisations de prototypes de jeux interactifs par équipe.

36 h semestrielles

**Charlet Denner**

Responsable pédagogique, auteur multimédia et professeur associé à l'Université Paris 1

## HTML/CSS, Javascript et jQuery

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).

30 h semestrielles

**Thierry Audoux**

Enseignant aux Gobelins, à l'école de l'image, à Greta, et à l'École multimédia.

## Les CMS

Approfondissement de l'utilisation des systèmes de gestion de contenu, en particulier wordpress. Mise en pratique de techniques d'appropriations par un exercice de personnalisation de l'interface par le biais du code.

15 h semestrielles

**Valery Frisch**

Dirigeant de sa propre agence de développement multimédia

## PHP

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.

15 h semestrielles

**Jean-Marie de France**

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

## Référencement

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.

12 h semestrielles

**Patrick Chamayou**

Directeur de création pour l'agence web DraftWeb

## Suivi Informatique de projet

Aide et conseils à la réalisation informatique des projets de demandes commanditaires.

24 h semestrielles

**Marc Bellêtre**

Webdesigner indépendant

# 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.

24 h semestrielles

**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.

## 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.

24 h semestrielles

**Bruno Tournet**

Directeur de L'Agence de Keyrus Digital





# Stage

## Vous avez 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(rice) 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

**2 mois minimum**



Rendu

**Un mémoire d'ingénierie**



Nature

**Stage, emploi ou projet**

## 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](#)

## EN SAVOIR PLUS

- 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 554.40€ mensuel (ou 3.60€/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.

## 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.univ-paris1.fr/fileadmin/UFR01/Conventions\\_de\\_stage/stage\\_etrange\\_fiche\\_annexe\\_461516-1-1.pdf](http://www.univ-paris1.fr/fileadmin/UFR01/Conventions_de_stage/stage_etrange_fiche_annexe_461516-1-1.pdf)

# Admission

**Le Master Multimédia forme chaque année vingt étudiants sélectionnés lors d'une session commençant en mai.**

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

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, puis une sélection après entretien. 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 aux professionnels (VAE), à hauteur d'une à deux par an.

Le Master accueille également chaque année environ 25 à 35 % 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.



# FAQ

## Quels diplômes faut-il posséder pour présenter sa candidature en Master MMI ?

Pour postuler en Master MMI, **il faut avoir un Master 1 universitaire** (ou équivalent universitaire agréé pour les étudiants étrangers), soit un niveau Bac + 4. L'obtention d'un diplôme ne garantit pas la retenue du dossier par le jury de sélection. Seule la qualité du dossier peut attester des motivations, travaux et expériences du candidat. Seul le jury est habilité à juger de la recevabilité des candidatures.

## Quelles compétences sont attendues pour être éventuellement admissible ?

Des **compétences pratiques et théoriques** sont attendues dans les champs :

- des nouvelles technologies de l'Information et de la Communication, dont des compétences avérées en informatique et multimédia,
- du management de projet,
- de la médiation culturelle et des savoirs,
- de la culture générale et/ou des cultures spécifiques (scientifique, artistique, littéraire, etc.)

## Quelles sont les modalités de recrutement ?

Le recrutement se déroule sur les mois de **mai/juin**, des candidats sont sélectionnés **sur dossier**, puis entendus lors d'un entretien. À la suite de celui-ci, vingt candidats sont retenus sur la liste officielle, d'autres sont mis sur liste d'attente. Les demandes d'entrées sont nombreuses et les places limitées.

En conséquence, l'étudiant admis doit procéder au plus tôt à son inscription administrative, sinon, il est d'office enregistré comme démissionnaire. Sa place est alors attribuée au candidat placé en tête de la liste d'attente.

## Si je suis admissible, à quelles conditions suis-je définitivement admis(e) ?

Pour être définitivement admis, il faut :

- avoir obtenu le diplôme et la mention ouvrant droit à l'intégration dans la formation au moins 10 jours avant le début des cours, fin septembre voire début octobre (date révisable en fonction du calendrier universitaire, à l'étudiant de se renseigner, de prévenir éventuellement son directeur de recherche de la date butoir (pour les M1), d'apporter au secrétariat en temps et en heure la preuve autorisant son admission),
- s'être acquitté des droits d'inscription administrative dans les mêmes conditions.

## Combien de places le Master MMI propose-t-il ?

Le Master MMI propose **20 à 25 places**. Aucune augmentation des effectifs n'est possible.

## Quelles sont les conditions d'obtention du diplôme ?

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.

## En tant que professionnel, non-détenteur d'un diplôme d'études supérieures, puis-je prétendre intégrer le Master MMI ?

**C'est possible** si le jury juge que vous avez les motivations, le niveau de connaissances et les compétences adéquats. Vous devez faire la preuve de votre statut de professionnel. Quelques stages ou un début de carrière ne peuvent suffire à équivaloir un niveau d'études supérieures manquant. Votre dossier est examiné en même temps que les autres et n'est pas l'objet de mesures exceptionnelles ; vous êtes convoqué à l'audition comme tous les autres candidats.

## Quelles sont les modalités d'obtention du Master par VAE ou VAP ?

VAE : **Aucune VAE n'a été accordée jusqu'à ce jour**, car il est bien difficile pour des professionnels de cumuler de facto toutes les compétences acquises en 5 années d'études supérieures, surtout celles concernant les cours théoriques du diplôme. Vous devez donc consulter le programme du Master MMI, et montrer qu'éventuellement, vous avez le niveau attendu matière par matière. La VAE donne un octroi de diplôme et non une place dans le master.  
VAP : Les VAP, si elles sont accordées, exigent la **présence active de l'étudiant admis** selon ce régime et sa participation aux cours qu'il lui est demandé de suivre.

## Puis-je continuer à travailler durant l'année de Master MMI ?

Les étudiants ne peuvent pas travailler durant l'année, leur présence étant obligatoire à plein temps. Le travail en micro-agence, qui s'étend partiellement sur le premier semestre et très majoritairement sur le second, mobilise énormément de temps pour les étudiants. Les travaux se font tous dans le cadre coopératif de la salle de cours dédiée au Master MMI, et non pas à domicile. Pour ce faire, chaque étudiant dispose dans les locaux d'un ordinateur personnel durant l'année.

## Quelles sont les modalités du stage de fin d'année ?

L'étudiant doit effectuer **un stage de deux mois minimum**. En général, la phase de production en micro-agence se termine à la fin du mois de juin et est suivie de la présentation du dispositif multimédia devant le jury du Master. Le stage peut donc débuter en juillet et doit se terminer avant le 30 novembre. Au-delà de cette période, la convention de stage n'est plus effective. **Le stage peut être remplacé par un CDD ou un CDI**, à condition que cet emploi soit dans le secteur du multimédia, ou bien par la création d'un projet multimédia personnel. Dans tous les cas un rapport de stage ou d'activité d'ingénierie multimédia doit être produit.

## Les dates de dépôt des dossiers de mai et septembre sont-elles fixes ?

**Les dates de dépôt des dossiers ne sont pas fixes, ce sont des dates limites**. Il faut vérifier les périodes imposées par l'Université. Nous recevons une grande quantité de dossiers. Aussi, par mesure d'équité, seules les candidatures parvenues au plus tard à la date limite au secrétariat sont traitées (le cachet de la poste faisant foi).



## Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne

Centre Saint-Charles  
47, rue des bergers  
75015 PARIS

### Adresse

Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne  
Centre Saint-Charles  
Master 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[at]univ-paris1.fr

### Secrétariat

martine.solal[at]univ-paris1.fr  
01 44 07 84 84