

PRÉREQUIS

- avoir un projet professionnel ou associatif nécessitant une expertise dans **le domaine des nouvelles technologies et des médias sociaux numériques** ;

- être compétent ou *a minima* intéressé par l'acquisition de savoirs techniques et méthodologiques en informatique, programmation, méthodes quantitatives, *Social Network Analysis*

Le Master est résolument pluridisciplinaire. Il est ouvert aux étudiants **en formation initiale**, issus de formations en **sciences sociales, sciences de la communication ou marketing**, ou de **formations plus techniques** qui souhaitent s'ouvrir aux réseaux sociaux ; et aux professionnels par le biais de la **formation continue**. Les demandes d'admission s'effectuent sur dossier.

EQUIPE PÉDAGOGIQUE

Sébastien Delarre
Enseignant-chercheur en Sociologie
Chercheur au laboratoire
CLERSÉ - CNRS

Fabien Eloire
Enseignant-chercheur en Sociologie
Chercheur au laboratoire
CLERSÉ - CNRS

Yann Secq
Enseignant-chercheur en Informatique
Département Informatique IUT A
Chercheur au laboratoire
CRISTAL - CNRS

Nicholas Vieuxloup
Professeur associé
Social Media Manager / Directeur marketing
Co-président du Social Media Club

SECRÉTARIAT PÉDAGOGIQUE

Laëtitia Demolle
Bâtiment SH3 - bureau C024
master-rsn@univ-lille1.fr
Tél : +33 (0)3 28 77 84 24

FORMATION CONTINUE

Formation continue
formation-continue.univ-lille1.fr
formation-continue@univ-lille1.fr
Tél : 03 20 43 45 23

Site de la formation :
master-rsn.univ-lille1.fr



Tél : 03 20 33 71 45
Cité Scientifique | Bâtiments SH1, SH2 et SH3
59650 Villeneuve d'Ascq Cedex

<http://ses.univ-lille1.fr>



MASTER

Sociologie

Master 1 - Master 2

Parcours RÉSEAUX SOCIAUX & NUMÉRIQUES





Nicholas Vieuxloup,
Professeur Associé
Social Media Manager
Co-Président du Social
Media Club
Directeur marketing chez
Viadeo (2007-2015)

Aujourd'hui omniprésents, les réseaux sociaux numériques ont profondément changé la façon dont les personnes et les entreprises interagissent.

Magnifique terrain de jeu et d'étude, ils sont désormais au cœur des stratégies des organisations, tant dans les entreprises privées que publiques ou les associations.

Élaborer et déployer des stratégies pour ces réseaux nécessite des collaborateurs-trices dotés de solides capacités d'analyse et de compétences numériques afin de s'adapter à un environnement en mutation profonde et perpétuelle.

C'est tout l'enjeu de ce Master RSN !

Les atouts de la formation

Grâce au savoir-faire conjoint de la Faculté des Sciences Économiques et Sociales et du Département Informatique de l'IUT A, le master RSN offre :

- Une formation à la captation, structuration et traitement de données numériques issues du web, en vue d'interpréter tous types de phénomènes sociaux, économiques, politiques ou culturels ;
- Une approche des questions éthiques, juridiques et de confidentialité des données personnelles ;
- Un réseau de partenaires et d'intervenants professionnels ;
- Une spécialisation en analyse des réseaux sociaux et des processus d'action collective ;
- La possibilité de suivre le Master en formation continue par blocs de compétences.

OBJECTIFS

Le Master Réseaux Sociaux & Numérique (RSN) s'appuie à la fois sur les sciences sociales et l'informatique. Il privilégie une formation pluridisciplinaire, au contact de chercheurs et de professionnels, et ambitionne de former des experts de l'analyse des réseaux sociaux et des aspects éthiques de l'usage des données personnelles.

Les diplômés sont préparés à travailler dans tous types d'organisations (entreprises, associations, administrations, ou collectivités publiques), et à tenir un rôle d'interface entre des informaticiens (pour la gestion et analyse des données d'un site internet, la gestion d'une communauté d'utilisateurs), des managers (pour la mesure et l'analyse d'audience de site, la e-réputation et le référencement), et des services de communication (pour réguler les communautés et les forums virtuels).

Le couplage entre sciences sociales, droit et informatique permettra aux diplômés d'acquérir des compétences et de se démarquer tant sur le marché du travail que dans le domaine de la recherche scientifique.

Les connaissances en matière éthique et juridique incitent les diplômés à considérer le web comme un espace collectif et citoyen dédié à l'expression individuelle et collective sous toutes ses formes (artistique, culturelle, politique, économique etc.) ; un espace dont la régulation reste, néanmoins, à perfectionner afin d'en faire un instrument du vivre-ensemble. La formation est ainsi animée par l'ambition de former des experts dotés d'un esprit critique et d'une approche réflexive des nouvelles technologies.

PRÉSENTATION

Le parcours Réseaux Sociaux & Numériques est accessible **directement en 2^e année** (sélection sur dossier et audition). La formation est structurée autour de **trois blocs de compétences** : informatique, analyse de réseaux sociaux, droit, visant à faciliter le suivi partiel du Master 2 par les étudiants en formation continue. Les enseignements sont concentrés sur les trois derniers jours de la semaine, libérant, chaque semaine, deux jours consécutifs pour le travail personnel, le travail sur les projets et la recherche de stage. Cette organisation peut être un atout en vue de l'obtention d'un **contrat de professionnalisation**.

Les enseignements du Master 2 sont principalement axés sur l'acquisition de **savoirs méthodologiques et techniques** dans trois domaines :

- **l'analyse des réseaux sociaux** : initiation aux outils de recueil et analyse des données relationnelles forgés par le courant de la *Social Network Analysis*, auxquels s'ajoutent des méthodes sophistiquées de recueil et de traitement de tous types de contenus (chiffrés ou textuels, structurés ou non), ainsi qu'une capacité à produire soi-même de l'information ;
- **l'informatique des réseaux sociaux** : introduction aux principaux concepts de l'informatique adaptés à l'étude des réseaux sociaux numériques au sens large : programmation orientée objets, notions d'architecture des applications web, création et interrogation de bases de données ;
- **le droit et l'éthique des données numériques personnelles** : acquisition d'un socle de savoirs sur la réglementation, le droit français, européen et international, et les grandes controverses en matière de vie privée et de données personnelles.

Les étudiants entrés dans le parcours en Master 1 suivent un **tronc commun** et une **spécialisation** préparant leur entrée dans le Master 2 RSN, notamment :

- une introduction aux **outils et pratiques numériques** où sont présentées des techniques et des méthodes d'analyse novatrices de recueil de données du Web ;
- un atelier méthodologique d'**analyse des réseaux sociaux** qui initie au recueil et à l'analyse de données relationnelles, très utiles pour étudier des processus sociaux tels que la socialisation, la solidarité, le contrôle social, ou la régulation.

PARTENAIRES ET INTERVENANTS

- **Le Social Media Club France**, dont Nicholas Vieuxloup est le co-président est une association qui s'appuie sur un réseau de plus de 400 membres (medias, *pure players* de l'information en ligne, annonceurs, start up, agences de communications).
- **OrangeLabs** : département de recherche sur les *Digital Humanities* d'Orange.
- **Linkfluence** : start-up spécialiste en *social media intelligence*.
- **les-tilleuls.coop** : spécialiste applications mobiles et e-commerce.
- **Cabinets d'avocats Jean Leclercq et Jurisexpert** : avocat informatique, internet, télécommunications, technologies.

Et aussi, Fanny Chevalier, Chercheuse à l'Institut national de recherche en informatique et automatique (Inria) ; Charline Grenet, Community Manager à GrDF ; Eric Delcroix, Expert et formateur en médias sociaux ; Caroline Baron, Directrice communication chez Augure logiciel de veille Internet ; Julien Oudart, Fondateur de la plateforme web NukeSuite ; Pierre-Olivier Cazenave, Délégué général, Social Media Club.

DÉBOUCHÉS

Les postes visés sont à la charnière des domaines de la communication, du marketing, de l'étude-diagnostic en ligne, tels chargé d'études statistiques, *community manager*, *traffic manager* ou *social media manager*.