



**INSTITUT
DE LA
communication**

**LIVRET
MOBILITE
ENTRANTE
2019/2020**

**Cours
L1 L2 L3**

1. CONTACT ICOM & INFORMATIONS

Responsable Relations Internationales :

Elisabeth VERCHER : elisabeth.vercher@univ-lyon2.fr

PERMANENCE : Bureau L242 Le lundi de 9h à 10h

Scolarité :

icom-scolarite-ri@univ-lyon2.fr

L'environnement numérique de travail de l'université Lyon 2

Sur les sites de l'université (www et webetu), un bandeau en haut à gauche (une fois connecté.e) vous permet d'accéder à votre environnement numérique de travail. Vous y trouverez Applis (vous permettant, entre autres, de consulter votre messagerie, votre emploi du temps ou d'accéder au logiciel Pstage, la plateforme de cours (mise en ligne de documents par vos enseignant.es, quizz en ligne, etc.

Site internet :

<https://icom.univ-lyon2.fr/fr/>

Le panneau d'affichage :

Dans le hall du bâtiment L, vous trouverez, affichés, les emplois du temps et les modalités de contrôle continu (c'est-à-dire le nombre et le type d'évaluation que vous devrez passer pour chaque enseignement) mais aussi toutes les annonces d'absences d'enseignant.es et de changement de salles. Il faut le consulter régulièrement.

Chaque CM est organisé, au semestre 5, sur 12 séances d'1h45 et, au semestre 6, créneaux sur 10 séances d'1h45 (dont une dernière séance consacrée à l'examen terminal). Ils se déroulent en amphithéâtre. Chaque TD est organisé sur 10 séances d'1h45.

Les journées de l'université sont organisées sur 6 créneaux :

Créneau 1 (C1) : 8h-9h45

Créneau 2 (C2) : 10h-11h45

Créneau 3 (C3) : 12h-13h45

Créneau 4 (C4) : 14h-15h45

Créneau 5 (C5) : 16h-17h45

Créneau 6 (C6) : 18h-19h45

Le portail « Médias, cultures et sociétés » de 1ère année de la Licence est une année d'initiation au travail universitaire et d'acquisition de connaissances et de méthodes fondamentales dans le domaine des sciences humaines et sociales (SHS). Chaque discipline y est représentée, chaque semaine, par un CM (cours magistral, en amphithéâtre) et un TD (travaux dirigés, classe de 40 étudiant.es maximum)

• Semestre 1

Unité d'enseignement (UE)	Type	Élément pédagogique (EP)
Information-Communication	CM	Introduction à la communication
	TD	Lecture critique de l'actualité
Arts du spectacle	CM	Histoire des images
	TD	Iconologie et culture visuelle
Anthropologie	CM	Introduction à l'anthropologie : unité de l'homme et diversité des cultures
	TD	Introduction à l'anthropologie : unité de l'homme et diversité des cultures
Sociologie	CM	Mutation de la société française
	TD	Mutation de la société française
Transversale	TD	Méthodologie universitaire
	TD	Langue CLES

• Semestre 2

Unité d'enseignement (UE)	Type	Élément pédagogique (EP)
Information-Communication	CM	Acteurs et objets de l'information-communication
	TD	Pratiques professionnelles de l'écriture
Arts du spectacle	CM	Approches culturelles des arts du spectacle
	TD	Arts du spectacle et société
Anthropologie	CM	Histoire de l'anthropologie : terrain et images
	TD	Histoire de l'anthropologie : terrain et images
Sociologie	CM	Problèmes sociaux, regard sociologique
	TD	Initiation à l'enquête : analyse d'un problème social
Transversale	TD	Méthodologie disciplinaire
	TD	Langue CLES
	CM / TD	TIC

Communication et interactions sociales

S3, CM 21h, Responsable : Sarah cordonnier

Cet enseignement se focalise sur les approches interactionnistes de la communication (École de Palo Alto, Erving Goffman, Harold Garfinkel...). Ces théories sont présentées et utilisées dans le cours pour l'analyse de situations de la vie quotidienne. Comment s'opposent-elles et mettent-elles en cause les « schémas de la communication » (Shannon) ? Comment permettent-elles de comprendre nos comportements, les communications non verbales, les situations sociales, la construction et la reproduction des identités collectives et des cultures ?

Communication et interactions sociales : textes fondamentaux

S3, TD 17h30, Responsable : Manuel Dupuy-Salle

En lien avec le CM Communication et interactions sociales, les textes travaillés et analysés dans ce TD permettent d'approfondir les approches théoriques et certains des auteurs vus dans ce cours et d'autre part de prendre connaissance de travaux de recherche plus contemporains portant un regard communicationnel sur la vie quotidienne (apparence, communications numériques, rapports sociaux...).

Histoire des médias écrits

S3, CM 21h, Responsable : Jacques Le Bohec

Sur fond d'histoire des supports de l'écrit depuis l'invention du papyrus jusqu'aux liseuses du xxi^e siècle, le CM « Histoire des médias écrits » focalise son attention sur : une histoire des différentes formes d'écritures, depuis les premiers écrits et livres aux médias électroniques contemporains (blogs, réseaux sociaux) ; plus particulièrement sur une histoire de la presse écrite de la Gazette au web 2.0. Cette histoire est articulée à celle des techniques (imprimerie de Gutenberg, rotatives, avènement du numérique) et aux évolutions politiques, économiques et juridiques.

Création numérique : atelier image

S3, TD (salle informatique), 17H30, Responsable : Vincent Mabilot

L'objectif : initier les étudiants à la gestion de l'image et au dessin vectoriel sur les logiciels libres Gimp et Inkscape. Cet enseignement sera construit autour de deux enjeux : apprentissage technique et réalisation. A partir de la réalisation d'un projet, les étudiants découvriront, par étapes, les techniques et outils associés aux deux logiciels.

Signes, médias et société

S3, CM 21h, Responsable : Jean-Claude Soulages

Ce cours a pour objectif de découvrir les théories sémiologiques et sémiotiques fondatrices des problématiques du sens et du signe (Ferdinand de Saussure, Charles S. Peirce et Louis Hjelmslev). La présentation de ces auteurs essentiels sera poursuivie par la découverte des théories de l'École de Paris (Algirdas J. Greimas) et de la sémiologie interprétative et sémiologie de l'image initiées par Roland Barthes. Ces théories sont des outils pour l'étude du langage, de l'image, du cinéma et de la télévision, des médias ou, plus généralement, pour l'étude des pratiques sociales et culturelles.

Méthodes d'analyse sémiologiques

S3, TD, 17h30, Responsable : Stéphanie Kunert

En lien avec le CM Signes, médias et société, ce TD forme les étudiants à interpréter le monde médiatique qui les entoure de manière distanciée et organisée en appréhendant les objets médiatiques en terme de « signes » qui entrent en cohérence les uns avec les autres pour délivrer un sens global. L'étudiant doit être capable de mettre en œuvre les acquis théoriques ainsi que sa sensibilité et sa culture générale pour élaborer des analyses sémiologiques de différents objets médiatiques (publicités, affiches de film, Unes de la presse, sites web, reportages ou mini-séries TV etc.)

Communication, médiation et culture

S3, CM, 21h, Responsable : Benjamin Lesson

Ce cours d'introduction vise à familiariser les étudiants avec les grands enjeux des approches communicationnelles de l'art, de la culture et de la médiation. Il s'agira d'observer les pratiques culturelles et leurs cadres (institutions, politiques culturelles, environnement urbain ou numérique...) en abordant le champ culturel par le biais des processus de communication qui y prennent place : que désigne le terme de « culture » et pourquoi son usage est-il toujours nécessairement politique ? Que devient la culture dès lors qu'elle est transformée en marchandise dans le cadre d'un processus de reproduction industrielle ? Quelles sont les implications de ce processus en termes de diversité culturelle et de pluralisme des opinions ? Comment se construit, se diffuse et évolue la représentation sociale des artistes ? Comment observer et comprendre les processus de circulation, de médiation, de transmissions culturelles ? Comment l'art se manifeste-t-il dans l'espace public ?

Méthodes et techniques qualitatives

S3, TD, 17h30, Responsable : Jacques Le Bohec

L'objectif de ce TD est de connaître et apprendre à manier différentes techniques d'enquêtes qualitatives mobilisées en sciences humaines et sociales : observations (participante et non-participante) et entretiens (directifs, non-directifs et semi-directifs). Le cours se construit autour de la présentation et de l'appréhension de ces méthodes aux différentes étapes d'un projet de recherche à réaliser en groupe autour d'une question de recherche liée à un phénomène empirique relevant de la communication : sélection d'une technique, préparation (élaboration d'un guide), conduite (réalisation des entretiens), exploitation et analyse des données (retranscriptions, verbatims, analyses thématiques) et élaboration d'une synthèse générale.

Communication des organisations

S3, CM, 21h, Responsable : Elizabeth Vercher

L'objectif de ce CM est d'aborder les dispositifs, les pratiques et les processus communicationnels constitutifs des dynamiques de construction sociale des organisations (entreprises, organisations publiques, associations).

Veille et recherche d'information

S3, TD, 17h30, Responsable : Annelise Touboul

L'objectif du cours est d'enseigner aux étudiants comment rechercher, sélectionner, évaluer et utiliser des informations de tout type (écrites, vidéos, etc.) et sur différents sujets (revue de presse autour de l'actualité, thématique, historique, etc.). Il s'agit d'e savoir mobiliser de façon pratique et stratégique différents outils de recherche, de collecte et de veille d'information, notamment ceux disponibles sur le web (catalogues électroniques, moteurs de recherche, fils RSS, etc), tout en gardant une posture critique et une vigilance sur le statut de ces informations et des sources mobilisées. Le cours met aussi l'accent sur la manière de mettre en forme, ré-utiliser et référencer ces informations (ré-écriture, citations, bibliographie).

Environnement socio-économique de l'entreprise et des systèmes d'information

S3, CM 18h, (*cours optionnel dispensé à Lyon 3.*)

Ce cours a pour objectif de répondre aux questions essentielles qui permettent de mieux comprendre, le fonctionnement et l'organisation des entreprises. Il s'agit ainsi de découvrir l'environnement dans lequel évolue l'entreprise, notamment, à travers l'identification de ses différents partenaires. Cette connaissance de l'organisation de l'entreprise permettra de comprendre le rôle fondamental de l'information dans le processus de développement de l'entreprise. Nous verrons ainsi la valeur de l'information dans l'entreprise et le rôle crucial que jouent les services d'information et de communication.

Traitement documentaire

S3, CM 10h + TD 10h, (*cours optionnel dispensé à Lyon 3*)

Ce cours traite de la chaîne documentaire, depuis la collecte d'information jusqu'à sa diffusion. Nous verrons donc les différentes étapes de l'acquisition de l'information, de sa description, de son stockage, et enfin de son accès pour un utilisateur. Nous insisterons sur les transformations technologiques récentes qui ont modifié l'accès et la diffusion de l'information, et en premier lieu le web. Ce cours permet de positionner les différents processus liés à l'information, quelle que soit la phase dans laquelle on se situe : recherche d'information, organisation des connaissances, description et référencement de l'information.

Formes d'engagement

S3, CM, 21h, Responsable : Dana Popescu-Jourdy

L'objectif est de faire réfléchir les étudiants sur la notion d'engagement dans le monde socio-professionnel et redonner un sens plus large, soit dégagé d'une dimension purement lucrative, à la notion d'entreprendre : qu'est-ce que s'engager dans une cause spécifique, selon des idéaux spécifiques, dans une organisation spécifique (entreprise, association), selon des statuts spécifiques (bénévolat, salariat...)? Qu'est-ce que porter, inventer, créer, entreprendre, un projet ? Dans quelle mesure les organisations peuvent-elles s'engager socialement ? Quel impact ont les formes d'engagement sur les acteurs et leurs discours ?

TIC

S3, CM 7h, TD 7h, CL 7h, Responsable : Mihaela Scuturici

Les objectifs de ce cours sont de continuer à développer la culture numérique des étudiants et de finaliser la préparation pour le C2i (Certificat Informatique et Internet) niveau 1. Il s'agira d'approfondir les connaissances acquises en L1 et de les enrichir par des notions de travail collaboratif et quelques notions liées au Web.

Perspectives franco-allemandes sur la communication

S3, TD 17h30, Responsable : Sarah Cordonnier
(*Cours dispensé dans le parcours Weimar*)

Expliciter les variations disciplinaires et pédagogiques entre la France et l'Allemagne. L'interculturalité des études amène les étudiants à constater des différences dans les façons de produire et de transmettre des connaissances en France et en Allemagne, à la Bauhaus-Universität Weimar et à l'Université Lumière Lyon2, en particulier dans le rapport aux textes, à la théorie, et aux observations empiriques. Il est souvent difficile de tirer parti de ces différences et de ne pas "juger", de ne pas prendre position "pour" ou "contre" l'approche allemande ou l'approche française. L'objectif de ce TD est de transformer ces différences et ces difficultés en bénéfices et en points forts, en réfléchissant aux domaines concernés par chacune des approches.

Publics et réception

S4, CM 21h, Responsable : Manuel Dupuy-Salle

L'objectif est de développer une réflexion critique et référencée autour de la problématique de la réception, par les publics, des contenus médiatiques et culturels. D'abord, cet enseignement aborde l'histoire des questionnements et des premiers acquis de connaissances issus des courants de pensées pionniers (uses and gratifications, l'esthétique de la réception et les cultural studies). Ensuite, le cours présente un état de l'art des connaissances, à partir de travaux scientifiques plus récents, autour de trois axes thématiques : télévision et réception, cinéma et réception, web 2.0 et réception.

Publics et réception : textes fondamentaux

S4, TD - 17h30, Responsable : Manuel Dupuy-Salle

L'objectif du TD est d'approfondir le CM publics et réception par la lecture détaillée de textes fondamentaux (enquêtes, articles ou extraits d'ouvrages) portant sur la sociologie de la réception. La sélection des textes, élaborée en fonction du CM (mais pouvant varier selon les années) peut aussi bien concerner des auteurs pionniers (notamment Stuart Hall, Richard Hoggart, Hans Robert Jauss) que des auteurs plus récents (notamment Dominique Pasquier, Jean-Marc Leveratto, Emmanuel Ethis, Jean-Pierre Esquenazi, Henri Jenkins).

Histoire des médias audiovisuels

S4, CM - 21h, Responsable : Valérie Croissant

Donner aux étudiants des repères solides d'une histoire des médias audiovisuels, du télégraphe à Internet, de la photographie à l'image numérique. Une histoire de l'image animée, du son et des télécommunications ou des « machines à communiquer » au sens large en rapport avec des contextes socio-économiques précis. Il s'agit de s'interroger sur les modalités d'apparition d'un nouveau moyen de communication, son acception et ses usages par des publics, ses spécificités, son modèle économique, et ses évolutions. Une attention particulière sera donnée à l'histoire de la radio et de la télévision.

Création numérique : atelier PAO

S4, TIC (salle informatique), Responsable : Carole Rozzonelli

Comprendre l'environnement de la PAO et la chaîne graphique pour gérer la production de documents professionnels de communication pour l'impression et l'édition numérique. Exercices pratiques de conception graphique et éditoriale : flyer, affiche, newsletter, charte graphique, logo, etc. Cas pratique : Réalisation individuelle d'un document complexe associant mise en pages, photo et infographie.

Médias et journalisme

S4, CM 21h, Responsable : Simon Gadras

Donner aux étudiants des repères solides d'une histoire des médias audiovisuels, du télégraphe à Internet, de la photographie à l'image numérique. Une histoire de l'image animée, du son et des télécommunications ou des « machines à communiquer » au sens large en rapport avec des contextes socio-économiques précis. Il s'agit de s'interroger sur les modalités d'apparition d'un nouveau moyen de communication, son acception et ses usages par des publics, ses spécificités, son modèle économique, et ses évolutions. Une attention particulière sera donnée à l'histoire de la radio et de la télévision.

Actualité des médias et du numérique

S4, TD 17h30, Responsable : William Spano

Le TD vise à étudier et comprendre le secteur des médias et du numérique, les tendances professionnelles, économiques, organisationnelles et politiques qui le structurent et le font évoluer. Actualité et principaux enjeux du secteur des médias (presse, TV, radio, web) et du numérique (internet, mobile, réseaux sociaux...) : pratiques professionnelles, structuration et modèle économique des organisations privées et publiques, cadre législatif et politiques publiques.

Communication publique et politique

S4, CM 21h, Responsable : Alain Girod

Faire découvrir aux étudiants les enjeux de la communication dans le champ politique (exécutifs, élus, campagne électorale) et de la communication publique (communication de l'Etat, des collectivités territoriales et des institutions internationales), en particulier : les médias, les élections et la participation politique ; les pratiques de communication du personnel politique face au développement des médias ; les différents intervenants au sein de la communication politique (élus, conseillers et journalistes) ainsi que leurs relations.

Méthodes et techniques quantitatives

S4, TD 17h30, Responsable : Alain Girod

L'objectif de ce TD est de connaître et apprendre à manier une technique d'enquêtes quantitative majeure en sciences humaines et sociales : le questionnaire de recherche. L'appréhension de cette méthode se fait à travers la réalisation d'un projet de recherche, permettant d'illustrer de façon concrète et réfléchie l'ensemble des étapes de développement du questionnaire. A partir d'un projet de recherche relevant de la communication, les étudiants sont amenés à concevoir, réaliser, administrer un questionnaire et en analyser les résultats pour produire une synthèse pertinente apportant des éléments de réponses à leur ce questionnement.

Enjeux juridiques de la communication

S4, CM, 21h, Responsable : Carole Rozzonelli

Après avoir présenté les fondamentaux du droit français, cet enseignement a pour objectif d'initier les étudiants au droit de la presse, droit de l'audiovisuel, droit de l'Internet, droit du numérique, droit de la propriété intellectuelle, droit à l'image, le traitement des données personnelles et le droit à l'oubli.

Techniques d'expression orale et médiatique

S4, TD 21h, Responsable : Arnaud Noblet

Ce TD a pour objectif de familiariser les étudiants avec l'écriture de discours et les techniques d'expression orale dans différentes situations, notamment médiatiques : débats ; discours politiques ; expression théâtrale ; Gestion de réunion ; Interviews télévisées ; Promotion d'un produit ; Techniques d'exposés.

Médiation documentaires et processus éditoriaux

S4, CM 18h, (*Cours optionnel délivré à Lyon 3*)

La médiation documentaire met en place des interfaces qui accompagnent l'utilisateur et facilitent les usages. Elle s'appuie sur des composants humains et matériels : médiateurs sociaux comme les documentalistes, médiateurs technique comme les normes et les valeurs, et dispositifs complexes (agencements matériels et géographiques, organisationnels et techniques...). Ce cours vise à introduire à la façon dont l'information est mise à disposition et mise en valeur à l'intérieur d'une organisation et fonction de son rôle dans l'organisation et des attentes des usagers.

Initiation à la veille et à la recherche d'information

S4, CM 10h + TD 10h (*Cours optionnel délivré à Lyon 3*)

Il s'agit d'abord de définir la veille et ses différences avec la recherche d'information pour ensuite pouvoir en comprendre les enjeux : que signifie être informé en continu, pourquoi ? Quels sont les méthodes et outils permettant de réaliser une veille efficace, quels choix opérer ? Comment être sûr d'avoir acquis une information pertinente et relativement exhaustive ? Au-delà des aspects techniques, ce cours visera à proposer une réflexion sur la valeur de l'information et son usage dans le cadre d'une activité.

Projets et mondes professionnels

S4, TD 10H30, Responsable : Dana Popescu-Jourdy

Les étudiants doivent, par groupe, identifier un problème/besoin dans un domaine professionnel de leur choix (association, entreprise, etc) et proposer des solutions adaptées (ex : faire baisser le prix des journaux). Il s'agira de se documenter, voire de rencontrer des professionnels ou des publics.

Perspectives interculturelles sur la communication

S4, TD 21h, Responsable : Sarah Cordonnier (*cours dispensé dans le parcours Weimar*)

Approfondir les connaissances théoriques et thématiques sur les Sciences de l'information et de la communication, au miroir d'autres pratiques et cultures disciplinaires européennes (en part. allemandes). L'apparente proximité thématique entre SIC et Medienwissenschaft (médias, communication) recouvre des différences importantes, entre ces disciplines, dans les objets, les méthodes, les théories sollicitées, et plus généralement dans les façons de concevoir ce qu'il faut investiguer et enseigner. Le TD a pour objectif d'investiguer ces différences par la lecture et la discussion critique de textes portant sur des recherches fondatrices en SIC.

LES ENSEIGNEMENTS DE TRONC COMMUN**SEMESTRE 5****UE A5 CM Discours et société**

Ce cours magistral présente différentes théories sur le discours selon deux postures. La première observe le discours comme un objet clôt dans lequel il est possible de découvrir la subjectivité du sujet parlant ou des énonciateurs et la manière dont le social contraint le discours. La seconde réfléchit le discours comme objet du monde et questionne la manière dont il agit, s'intègre et participe à la société. Ce cours est illustré par de nombreux exemples, tels que les attentats commis en France depuis 2015, le discours d'investiture de Barack Obama, le débat d'entre-deux-tours de Sarkozy et Hollande, les jeux vidéo de guerre ou le discours « La France de race blanche » de Nadine Morano. Ces exemples sont là pour construire une réflexion sur les enjeux du discours dans notre société contemporaine.

UE A5 TD Analyse du discours

Ce TD poursuit les questionnements portés lors du CM « Discours et société » dans une dimension méthodologique. Il forme les étudiant.es à l'analyse du discours (selon les approches de l'école française d'analyse du discours) et la manière dont elle envisage les discours et leur analyse. Lors de chaque séance, les étudiant.es et leur enseignant.e analyseront un corpus de discours et porteront un regard critique sur les formes et stratégies discursives et sur le contexte de production.

UE B5 CM Socio-économie des industries culturelles et médiatiques

Ce cours magistral poursuit trois objectifs principaux. Le premier consiste à présenter les stratégies de développement des groupes industriels de communication sur les marchés, et notamment les mouvements de concentration et d'internationalisation. Le second envisage les caractéristiques distinctives des industries culturelles et médiatiques par rapport aux autres industries. Le troisième propose d'examiner plus en détail certaines filières des industries culturelles en envisageant en particulier leurs évolutions depuis l'apparition du numérique. Cette dimension s'articule avec les enjeux sociaux vus dans le CM Enjeux sociaux du numérique.

UE B5 CM Enjeux sociaux du numérique

L'objectif de ce CM est de comprendre les logiques et enjeux sous-tendus par l'ancrage social des TIC numériques (Téléphonie mobile, réseaux socio-numériques, blogs, sites perso, etc.) au sein des pratiques sociales, culturelles et communicationnelles actuelles. Nous aborderons d'abord d'un point de vue critique les discours de sens commun et postures théoriques relevant du technodéterminisme (diffusionnisme, philosophie de la communication, cultural studies), avant d'aborder les acquis, questionnement, auteurs et concepts clés issus de la sociologie des usages. Nous regardons ensuite plusieurs axes thématiques faisant l'objet des travaux scientifiques actuels : TIC et interactions sociales ; TIC et pratiques professionnelles ; TIC et politique ; TIC et pratiques culturelles.

UE C5 TD Création numérique : Atelier conception & publication Web

Ce TD formera les étudiant.es à l'évaluation des différentes options techniques et à la conduite technique d'un projet Web. Il les initiera aux langages HTML et CSS pour réaliser un site Internet statique et aux différentes étapes de création d'un site Internet avec le CMS Wordpress.

ENSEIGNEMENTS DU PARCOURS "MÉDIAS, JOURNALISME ET NUMÉRIQUE"

UE D5 CM Sociologie du journalisme

Ce cours interroge le statut social et l'identité professionnelle des journalistes aujourd'hui en France, par une approche sociologique de ces professionnels de l'information. Il souligne l'hétérogénéité constitutive du champ journalistique à travers la question de la formation des journalistes, de l'organisation des métiers au sein des entreprises de presse, des mythes et des modèles qui marquent la profession, mais aussi par le fonctionnement économique des entreprises, les enjeux éthiques et les relations des journalistes entre pairs, avec d'autres champs sociaux et avec leurs publics.

UE D5 TD Pratiques d'écritures journalistiques

Ce TD a pour objectifs d'initier les étudiant.es aux principes fondamentaux de l'écriture journalistique (en lien avec les enjeux professionnels) et aux techniques associées aux formes d'écritures et de discours journalistiques et de leur faire découvrir les différentes formes d'écritures journalistiques et de discours journalistiques

UE E5 TD Projet éditorial

Encadré.es par un.e professionnel.le, les élèves travaillent en groupe sur un projet éditorial. Selon les possibilités proposées par l'enseignant.e, chaque groupe pourra imaginer et réaliser le premier numéro d'un journal papier ou d'un site d'information.

La première étape consiste à penser le projet et justifier sa cohérence en fonction d'objectifs définis et dans le cadre d'une stratégie éditoriale cohérente (support, public visé, contenu informationnel, faisabilité dans les conditions imparties). La seconde étape consiste en la réalisation du projet avec les moyens dont disposent les étudiant.es : recherche d'informations, réalisation d'interview, écriture des articles, mise en page du journal papier, création du site web, etc. Ce TD a pour objectif principal de permettre aux étudiant.es de découvrir les étapes d'élaboration et de gestion de projets éditoriaux à travers la réalisation d'un projet.

SEMESTRE 6

UE B6 CM Médias, communication et politique

Ce cours magistral a pour objectif d'initier les étudiant.es aux problématiques et enjeux de la communication politique et de la médiatisation du politique :

Enjeux et définitions de la communication politique, de ses acteurs (citoyens/électeurs/opinion publique, hommes politiques/spin doctors et journalistes/médias) et de ses contextes (exercice/conquête/Mouvement social, etc.)

Problématiques des liens entre médias et politique : Théories de l'agenda, construction des problèmes publics, etc.

Enjeux de la médiatisation du politique : Mutation de la politique en lien avec les évolutions technologiques et culturelles (personnalisation, peopolisation, spectacularisation des meetings, etc.)
- Utilisation du web par les acteurs/trices politiques
- militantisme en ligne.

UE B6 TD Techniques de relations presse

Dans le cadre de cet enseignement, les étudiant.es seront initié.es, par un.e professionnel.le, aux enjeux et aux pratiques professionnelles des relations presses. Ils/elles découvriront les principales formes et dispositifs de relation presse (communiqués et dossiers de presse, gestion d'interview, organisation d'événements presse (conférences de presse, salon, démonstration, voyage...)) et les enjeux des relations entre journalistes et les acteurs/trices de différents champs socio-professionnels (entreprises, institutions publiques, politiques, associations).

UE C6 TD Ecriture et édition audiovisuelle

Cet enseignement initie les étudiant.es à la pratique de l'écriture pour les formats audiovisuels (audio et vidéo), aux différentes étapes de la fabrication de produits audiovisuels et au montage ainsi qu'à l'édition numérique de formats audiovisuels.

ENSEIGNEMENTS DU PARCOURS "ORGANISATIONS, INSTITUTIONS ET NUMÉRIQUE"

SEMESTRE 5

UE D5 CM Organisations, entreprises et communication

Cet enseignement vise à découvrir la communication de l'entreprise. L'accent est mis sur l'organisation en tant que telle et non sur la communication de marque (produits et services). Il s'agit de comprendre les différences entre, d'un côté, la communication interne d'une entreprise à destination des salariés, oeuvrant à l'élaboration d'une culture d'entreprise et, de l'autre; la communication externe à destination des client.es et des différents partenaires.

UE D5 TD Stratégies de communication interne et externe

Autour d'un ou plusieurs projets, les étudiant.es devront définir des stratégies de communication qui permettront de répondre aux objectifs et aux enjeux d'une commande ou d'un problème de communication constaté pour ainsi les initier à la définition de stratégies de communication dans les contextes internes et externes des organisations et aux problématiques inhérentes.

UE E5 TD Projet de communication

Dans le cadre de cet enseignement, les étudiant.es réalisent un projet de communication, fictif ou réel, sous le tutorat d'un.e professionnel.le de la communication des organisations. Cet enseignement a pour objectif principal d'initier les étudiant.es à la réalisation et à la gestion de projet dans le domaine de la communication. A partir d'un projet de communication, réalisé en groupe, les étudiant.es découvrent toutes les étapes de gestion et de réalisation de projet, accompagné par l'enseignant.e qui les conseillera et les confrontera aux problématiques techniques, sociales et économiques de leur projet.

SEMESTRE 6

UE B6 CM Médias, communication et politique

Ce cours magistral a pour objectif d'initier les étudiant.es aux problématiques et enjeux de la communication politique et de la médiatisation du politique :

Enjeux et définitions de la communication politique, de ses acteurs/trices et de ses contextes (exercice/conquête/Mouvement social, etc.)

Problématiques des liens entre médias et politique : théories de l'agenda, construction des problèmes publics, etc.

Enjeux de la médiatisation du politique : Mutation de la politique en lien avec les évolutions technologiques et culturelles (personnalisation et peopolisation, spectacularisation des meetings, etc.)

- Utilisation du web par les acteurs/trices politiques
- militantisme en ligne.

UE B6 TD Pratiques de communication dans les entreprises et les organisations non-marchandes

Ce cours initie les étudiant.es aux pratiques professionnelles de la communication au sein d'entreprises et d'organisation non marchandes (notamment les associations et les institutions publiques). Il permet de découvrir les métiers de la communication dans trois contextes :

Agence de communication

Responsable de la communication d'une entreprise
Chargé.e de communication pour une association ou dans une institution publique

UE C6 CM Institutions publiques et action culturelle

A partir de la compréhension des rôles et du fonctionnement économique, juridique et social des institutions publiques et culturelles, ce cours magistral découvre et réfléchit les enjeux actuels des politiques publiques et, en particulier, la relation entre institutions et territoire (capitales européennes de la culture, politiques des villes, etc.) et la politique culturelle en France (ville, région, métropole, etc.), permettant de connaître et d'analyser certains formats de l'action publique et culturelle (événement, programmation, concertation, etc.)

UE C6 TD Publicité, marketing et numérique

L'objectif de cet enseignement est de comprendre et connaître les spécificités des stratégies, formats, acteurs/trices et pratiques de la publicité et du marketing en régime numérique. Il s'agit, ainsi, d'identifier les différentes étapes d'un plan de communication en ligne, ses logiques, son fonctionnement, ses acteurs/trices, mais aussi de saisir les enjeux de la mise en place d'une stratégie publicitaire en ligne d'un projet (produit, service, événement...) et de l'élaboration d'un plan de communication en ligne adapté (usage stratégique des réseaux sociaux, des blogs, de sites web)

SEMESTRE 5

UE D5 CM Nouveaux enjeux de la médiation culturelles

La médiation culturelle recouvre une série de pratiques, de processus, d'acteurs/trices et de discours à plusieurs échelles (depuis l'État décisionnaire et financeur jusqu'aux professionnels aux prérogatives diverses dans les institutions culturelles en passant par les collectivités locales, par des associations, etc. ; depuis des pratiques structurées jusqu'aux prescriptions des amateurs/trices, cadrées par des dispositifs sociotechniques en évolution rapide). Dans la suite du CM Communication, médiation et culture (L2), ce CM a vocation à présenter tant des conceptions théoriques actuelles de la médiation que des études de cas : avancées de la recherche et des pratiques de médiation dans les institutions culturelles ; médiation participative et prescription culturelle à l'ère d'Internet ; médiation, art et territoire ; œuvre numérique et auto-médiation, etc.

UE D5 TD Enjeux et pratique de la création

Ce TD a pour objectifs de former les étudiant.es aux questionnements relatifs à la création au sens large, c'est à dire la création dans le champ artistique mais aussi dans le secteur des inédustreries créatives et de leur permettre de saisir les représentations associées à la création ainsi qu'à la figure du /de la créateur/trice, concepteur/trice, inventeur/se et d'identifier les étapes et les cadres d'un processus créatif, en considérant les acteurs/trices qui y concourent, les lieux qui y participent, les moyens de financement existants, les cadres juridiques et les ressources à l'œuvre dans la production d'un objet.

UE E5 TD Projet culturel

Dans le cadre de ce cours, les étudiant.es réalisent un projet culturel, fictif ou réel, sous le tutorat d'un.e professionnel.le de la culture. Dans cette perspective, les étudiant.es envisageront l'ensemble des démarches visant à développer un projet culturel et découvriront les principes de base de la méthodologie de projet (définition, diagnostic, état des lieux, construction d'une méthode, conception d'un plan, stratégie financière et communication, réalisation et évaluation) qu'ils appliqueront pour mettre en œuvre un projet culturel proposé par l'enseignant.e professionnel.le.

SEMESTRE 6

UE C6 CM Institutions publiques et action culturelle

A partir de la compréhension des rôles et du fonctionnement économique, juridique et social des institutions publiques et culturelles, ce cours magistral découvre et réfléchit les enjeux actuels des politiques publiques et, en particulier, la relation entre institutions et territoire (capitales européennes de la culture, politiques des villes, etc.) et la politique culturelle en France, permettant de connaître et d'analyser certains formats de l'action publique et culturelle (événement, programmation, concertation, etc.)

UE C6 TD Sociologie des publics de la culture

Ce cours a un double objectif. Le premier est de fournir aux étudiant.es des connaissances actualisées sur les publics associés à des domaines culturels variés. Pour chaque domaine, des données chiffrées actualisées et des travaux scientifiques récents sont présentés, travaillés et discutés en cours. Un second objectif est de puiser dans ces savoirs pour mobiliser un questionnement théorique, une méthodologie et une technique d'enquête afin de concevoir, réaliser et présenter, en groupe, un travail de terrain sur les publics.

UE B6 CM Diversité et mutation des formes et contenus médiatiques

Ce cours a pour objectif principal de doter les étudiant.es d'outils analytiques et théoriques pour discriminer et caractériser les enjeux sociaux, économiques, symboliques et culturels des formes et contenus médiatiques contemporains, dans un contexte de prolifération et de mutation rapide des formats, des stratégies et des usages médiatiques. Au-delà des discours promotionnels vantant l'innovation et les stratégies marketing, il s'agit de déplacer un point de vue d'usager de formes médiatiques hybrides, difficiles à classer et à nommer pour s'appuyer sur les connaissances produites dans des travaux de recherche contemporains en SHS.

UE B6 TD Valorisation en ligne d'un projet culturel

Encadré par un.e professionnel.le, cet enseignement a pour objectif principal de donner aux étudiant.es la maîtrise des conditions de rencontre entre un projet culturel et son public, en particulier grâce aux outils du Web. Dans cette perspective, les étudiant.es seront formé.es à l'élaboration et la mise en œuvre d'une stratégie de communication digitale permettant de donner une visibilité à un projet culturel ainsi qu'à l'animation des outils numériques destinés à valoriser un projet culturel (site web, réseaux sociaux...).

NOTES

NOTES