

Communication Rédactionnelle Dédicée au Multimédia (CRDM)

Mention : Information - Communication [Master]

Infos pratiques

- > Composante : Philo, Info-Comm, Langages, Littératures & Arts du spectacle
- > Durée : 2 ans
- > ECTS : 120
- > Ouvert en alternance : Oui
- > Formation accessible en : Formation initiale, Formation continue , Contrat de professionnalisation, Contrat apprentissage
- > Formation à distance : Non

LABORATOIRE(S) PARTENAIRE(S)

[EA Dicen-IDF](#)

[EA HAR](#)

- > Durée moyenne de la formation :
 - M1 Communication Rédactionnelle Dédicée au Multimédia (CRDM) : 384 h
 - M2 Communication Rédactionnelle Dédicée au Multimédia (CRDM) : 300 h

Présentation

Présentation

Le Master Information-Communication « Communication Rédactionnelle Dédicée au Multimédia » prépare aux métiers de rédacteur web, de community manager et de social media manager articulant les dimensions contenu et référencement. Il forme aux techniques de l'écrit sur le web et le print. La rédaction est, aujourd'hui, une compétence essentielle à tous types de médias sans pour autant être assimilée à un support en particulier.

Ce master vous apportera la culture nécessaire pour comprendre comment créer une stratégie de communication et une politique éditoriale. Les différents outils de rédaction n'auront plus aucun secret pour vous, vous allez acquérir des compétences pratiques indispensables : outils de publication en ligne (HTML, CSS, Wordpress, etc.), création de contenus originaux, optimisation pour les moteurs de recherche et maîtrise des outils de PAO (suite Adobe : InDesign, Photoshop, Illustrator).

Devenir des experts de la rédaction, tel est le but de ce master : vous apprendrez à écrire pour tous les nouveaux formats médiatiques : télévision, radio, vidéo, site internet, journal papier, réseaux sociaux, applications mobiles.

Pour un rédacteur web, l'enjeu de la communication éditoriale dédiée à Internet est donc double : proposer un texte soigné et concis en termes de contenu tout en l'optimisant en termes de référencement et de stratégie marketing.

Site web de la formation : <https://master-crdm.parisnanterre.fr/>

- * Un master professionnalisant ouvert à l'alternance qui forme des experts en rédaction web et communication multimédia.
- * Des effectifs réduits (15 étudiants) permettant un meilleur suivi personnel.
- * Des ateliers d'écriture pour perfectionner votre style et l'adapter aux besoins du SEO.
- * Un large réseau d'entreprises, collectivités et associations intéressées à accueillir des alternants et des stagiaires.
- * Des compétences pratiques qui vous rendent très attractifs auprès des employeurs.
- * Une préparation théorique attendue pour des postes-cadres et pour des managers.
- * Des professionnels de haut niveau dans l'équipe enseignante.
- * Des projets tuteurés avec des vrais commanditaires.
- * Un réseau international pour partir un semestre en ERASMUS
- * Des salles informatiques équipées avec tous les logiciels nécessaires pour une préparation professionnelle.
- * Un accompagnement pour la réalisation des travaux universitaires, des projets et l'entrée dans le monde professionnel.

Stage ou alternance

Ouvert en alternance

- > **Type de contrat:** Contrat d'apprentissage, Contrat de professionnalisation

En première année (M1), le rythme est de 2 jours en entreprise et 3 jours à l'université au premier semestre (jusqu'à fin décembre) et de 3 jours en entreprise et 2 jours à l'université au deuxième semestre (jusqu'à fin mars). Ensuite, l'alternant sera à temps plein en entreprise jusqu'à la fin du contrat.

En deuxième année (M2), le rythme est de 2 jours en entreprise et 3 jours à l'université pour deux mois (jusqu'à fin novembre) et de 3 jours en entreprise et 2 jours à l'université jusqu'à début février. Ensuite, à partir de fin février, l'alternant sera à temps plein en entreprise jusqu'à la fin du contrat.

Stages

- > **Stage:** Obligatoire (deux mois en M1 et trois mois en M2)
- > **Stage à l'étranger:** Facultatif (deux mois en M1 et trois mois en M2)

Le stage est obligatoire en M1 pour une durée de deux mois et en M2 pour une durée de trois mois. Les étudiants en alternance ne sont pas tenus de faire un stage.

Le stage peut être réalisé dans tout type de structures pouvant accueillir un stagiaire : entreprises, agence de communication, start-up, institutions culturelles, collectivités locales, fondations, associations, université, etc.

Le stage peut être réalisé à l'étranger

Admission

Conditions d'admission

Master 1 :

Recrutement sur dossier + épreuve orale/entretien pour les admissibles (SEULS les candidats retenus après l'examen des dossiers de candidature sont conviés à une épreuve orale/un entretien)

Conformément à la délibération du CA, il est attendu des candidats qu'ils montrent l'adéquation de leur formation antérieure et de leur projet professionnel avec la formation visée.

| Mentions de Licences conseillées : Information-Communication, LEA, Sciences sociales, Sciences politiques, Philosophie, Sciences du langage, Droit, Économie, Histoire de l'art et archéologie, Histoire, Humanités.

| Les candidats titulaires d'autres diplômes pourront également candidater (procédure de validation des acquis académiques ou des études antérieures, notamment).

| En matière d'acquis académiques, le recrutement se fondera sur la prise en compte de l'évaluation globale du niveau de l'étudiant.

| En matière d'expériences professionnelles, le comité de recrutement attend des candidats les éléments suivants : sensibilisation au milieu professionnel de la communication numérique et de la rédaction multimédia. Présentation d'un projet professionnel en lien avec les métiers visés par la formation.

| Les pièces constitutives du dossier sont : Pièces communes aux candidatures de Master (détail sur <http://masters.parisnanterre.fr>)

Master 2 :

Recrutement sur dossier + épreuve orale/entretien pour les admissibles (SEULS les candidats retenus après l'examen des dossiers de candidature sont conviés à une épreuve orale/un entretien)

Conformément à la délibération du CA, il est attendu des candidats qu'ils montrent l'adéquation de leur formation antérieure et de leur projet professionnel avec la formation visée.

| Mentions de Masters conseillées : Information-communication, humanités, journalisme et d'autres masters en lien avec la communication numérique ou la rédaction multimédia

| En matière d'acquis académiques, le recrutement se fondera sur la prise en compte de l'évaluation globale du niveau de l'étudiant.

| En matière d'expériences professionnelles, le comité de recrutement attend des candidats les éléments suivants : sensibilisation au milieu professionnel de la communication numérique et de la rédaction multimédia. Présentation d'un projet professionnel en lien avec les métiers visés par la formation.

| Les pièces constitutives du dossier sont : Pièces communes aux candidatures de Master

Modalités de candidature

Recrutement sur dossier et épreuve orale.

Les pièces constitutives du dossier sont : Pièces communes aux candidatures de Master (<http://masters.parisnanterre.fr>)

Dates de dépôt des candidatures : se référer à ecandidat.parisnanterre.fr

Pré-requis et critères de recrutement

Ce master est ouvert à tout étudiant ayant validé une licence ou diplôme reconnu de niveau BAC + 3.

Mentions de licence conseillées : Information-Communication, LEA, Sciences sociales, Sciences politiques, Philosophie, Sciences du langage, Droit, Économie, Histoire de l'art et archéologie, Histoire, Humanités. Les candidats titulaires d'autres diplômes pourront également candidater (procédure de validation des acquis académiques ou des études antérieures, notamment).

En matière d'acquis académiques, le recrutement se fondera sur la prise en compte de l'évaluation globale du niveau de l'étudiant.

En matière d'expériences professionnelles, le recrutement se fondera sur la prise en compte des éléments suivants : Sensibilisation au milieu professionnel de la communication et stratégie numérique. Présentation d'un projet professionnel en lien avec les métiers visés par la formation.

Conformément à la délibération du CA, il est attendu des candidats qu'ils montrent l'adéquation de leur formation antérieure et de leur projet professionnel avec la formation visée.

Et après

Poursuite d'études

Poursuite d'études possible en doctorat (BAC +8)

Poursuite d'études à l'étranger

Poursuite d'études à l'étranger possible

Insertion professionnelle

Ce Master prépare aux métiers de la rédaction web et à de la communication multimédia articulant les dimensions contenu et référencement :

- * Rédacteur web, expert en SEO
- * Community manager, social media manager
- * Chef de projet web, chef de projet multimédia spécialisé dans le rédactionnel
- * Responsable numérique, concepteur de projets numériques
- * Chargé de communication (interne ou externe)
- * Concepteur-rédacteur multimédia

Ces métiers s'exercent dans **tous types de structures** :

- * Agences de communication, cabinets de conseil, et sociétés de services ;
- * Start-up et lab d'innovation ;
- * Associations et organisations culturelles ou internationales ;
- * Grandes et moyennes entreprises de tous secteurs, notamment entreprises évoluant dans le secteur des industries créatives (éditeurs,...) ;
- * Administrations, collectivités publiques et universités.

Ces métiers concernent **tous les secteurs d'activité**, mais notamment les secteurs culturel, social et environnemental.

Fiches métiers ROME

- > E1103: Communication
- > E1106: Journalisme et information média
- > E1101: Animation de site multimédia
- > E1104: Conception de contenus multimédias
- > K2401: Recherche en sciences de l'homme et de la société
- > M1402: Conseil en organisation et management d'entreprise
- > K1601: Gestion de l'information et de la documentation

Contact(s)

Autres contacts

SEVERO Marta : marta.severo@parisnanterre.fr

SEGAULT Antonin : antonin.segault@parisnanterre.fr

Programme

M1 Communication Rédactionnelle Dédicée au Multimédia (CRDM)

Semestre 7

	Nature	CM	TD	TP	EAD	Crédits
UE Maîtriser un domaine et ses méthodes	UE					21
UE Enjeux de l'information et de la communication	UE					6
4L7IS01P - Droit de l'information et de la communication	EC	24				3
4L7IF01P - Enquête : méthodologie et traitement des données	EC	24				3
UE Compétences techniques	UE					9
4L7IR01P - Atelier de communication rédactionnelle 1	EC		24			3
4L7IR02P - Publication Assistée par Ordinateur	EC		24			3
4L7IR03P - Conception web	EC		24			3
UE Communication et stratégie numérique	UE					6
4L7IS04P - Marketing et communication de marque	EC	24				3
4L7IR04P - Veille et stratégie de communication	EC	24				3
UE Elargir ses connaissances/personnaliser son parcours	UE					4,5
UE Séminaire	UE					4,5
1 élément(s) au choix parmi 3 :						
4L7IR05P - Ecriture numérique : théorie et usages	EC	24				4,5
4L7IS06P - Théories de la communication et culture numérique	EC	24				4,5
4L7IF06P - Théories et enjeux de l'information et des données	EC	24				4,5
UE Développer ses compétences linguistiques	UE					3
4L7IR06P - UE Anglais	UE					3
4L7IR06P - Anglais	EC		24			3
UE S'investir pour son université et dans son projet personnel	UE					1,5
UE Projet collaboratif	UE					1,5
4L7IR07P - Projet collaboratif	EC		12			1,5

Semestre 8

	Nature	CM	TD	TP	EAD	Crédits
UE Maîtriser un domaine et ses méthodes	UE					15
UE Enjeux de l'information et de la communication	UE					6
4L8IR01P - Enjeux politiques et économiques de la communication	EC	24				3
4L8IS01P - Analyse des usages	EC	24				3
UE Compétences techniques	UE					3
4L8IR02P - Techniques d'éditorialisation et de curation	EC		24			3
UE Communication et stratégie numérique	UE					6
4L8IR03P - Référencement et community management	EC	24				3
4L8IR04P - Communication interne, externe et de crise	EC	24				3
UE Conduire un travail personnel mobilisant la recherche/l'expertise	UE					9
UE Mémoire	UE					9
4L8IR05P - Méthodologie de la recherche	EC		24			3
4L8IR06P - Mémoire	EC					6
UE Elargir ses connaissances/personnaliser son parcours	UE					4,5
UE Stage	UE					4,5
4L8IR07P - Stage	EC					4,5
UE S'investir pour son université et dans son projet professionnel	UE					1,5
UE Projet collaboratif	UE					1,5
4L8IR08P - Projet collaboratif	EC		12			1,5

M2 Communication Rédactionnelle Dédicée au Multimédia (CRDM)

Semestre 9

	Nature	CM	TD	TP	EAD	Crédits
--	--------	----	----	----	-----	---------

UE Maîtriser un domaine et ses méthodes	UE					21
UE Communication et stratégie numérique	UE					10,5
4L9IR01P - Gestion de projet	EC	24				6
4L9IR02P - Storytelling transmedia	EC	24				4,5
UE Compétences techniques	UE					10,5
4L9IR03P - PAO avancée	EC		24			4,5
4L9IR04P - Relation presse et dossier presse	EC		24			6
UE Elargir ses connaissances/personnaliser son parcours	UE					4,5
UE Séminaire	UE					4,5
1 élément(s) au choix parmi 3 :						
4L9IR05P - Création et communication visuelle	EC		24			4,5
4L9IF08P - Modélisation, représentation et données	EC	24				4,5
4L9IS05P - Open data et science ouverte	EC	24				4,5
UE Développer ses compétences linguistiques	UE					3
UE Anglais	UE					3
4L9IR06P - Communication internationale (anglais)	EC		24			3
UE S'investir pour son université et dans son projet professionnel	UE					1,5
UE Projet collaboratif	UE					1,5
4L9IR07P - Projet collaboratif	EC		12			1,5
Semestre 10	Nature	CM	TD	TP	EAD	Crédits
UE Maîtriser un domaine et ses méthodes	UE					15
UE Communication et stratégie numérique 2	UE					9
4L0IR01P - Communication publique et politique	EC		24			3
4L0IR02P - Production et écriture audiovisuelle	EC		36			6
UE Compétences techniques 2	UE					6
4L0IR03P - Atelier de communication rédactionnelle 2	EC		24			3
4L0IR04P - Atelier de com rédactionnelle B	EC		24			3
UE Se former en milieu professionnel	UE					15
UE Mémoire et stage	UE					15
4L0IR05P - Méthodologie de la recherche 2	EC		24			3
4L0IR06P - Stage et mémoire	EC					12

UE Maîtriser un domaine et ses méthodes

[Retour au programme détaillé](#)

Infos pratiques

> ECTS : 21.0

Liste des enseignements

- UE Enjeux de l'information et de la communication
 - Droit de l'information et de la communication
 - Enquête : méthodologie et traitement des données
- UE Compétences techniques
 - Atelier de communication rédactionnelle 1
 - Publication Assistée par Ordinateur
 - Conception web
- UE Communication et stratégie numérique
 - Marketing et communication de marque
 - Veille et stratégie de communication

UE Enjeux de l'information et de la communication

[Retour au programme détaillé](#)

Infos pratiques

- > ECTS : 6.0
- > Composante : Philo, Info-Comm, Langages, Littératures & Arts du spectacle

Liste des enseignements

- Droit de l'information et de la communication
- Enquête : méthodologie et traitement des données

Droit de l'information et de la communication

[Retour au programme détaillé](#)

Infos pratiques

- > ECTS : 3.0
- > Nombre d'heures : 24.0
- > Langue(s) d'enseignement : Français
- > Période de l'année : Enseignement septième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Cours magistral
- > Ouvert aux étudiants en échange : Oui
- > Composante : Philo, Info-Comm, Langages, Littératures & Arts du spectacle
- > Code ELP : 4L7IS01P

Présentation

Le cours fournit les principales bases juridiques du fonctionnement des secteurs de l'information et de la communication en France et en Europe à l'heure actuelle. Une attention particulière sera portée aux industries culturelles et créatives entendues comme les secteurs d'activité ayant comme objet principal la création, le développement, la production, la reproduction, la promotion, la diffusion ou la commercialisation de biens, de services et activités au contenu culturel, artistique et/ou patrimonial. Dans un contexte législatif en constante évolution, seront abordés notamment le droit de l'information et du numérique, le droit des médias (écrits et audiovisuels, le droit professionnel et intellectuel), ainsi que le droit des institutions culturelles, les droits d'auteur et les droits voisins. Seront analysés des exemples de réglementations et institutions faisant l'objet de débat comme l'intelligence artificielle.

Objectifs

Ce cours vise à la compréhension des bases législatives et des enjeux fondamentaux du droit de l'information et de la communication.

Évaluation

M3C en session unique

- * Régime standard intégral – avec évaluation continue (au moins 2 notes)
- * Participation (20%)
- * Devoir sur table (80%)

Compétences visées

- * Connaître les bases législatives et les enjeux fondamentaux du droit de l'information et de la communication

- * Identifier et gérer des situations professionnelles qui soulèvent des questionnements de droit de l'information et de la communication

Bibliographie

- * Derieux, E., 2019, *Le droit des médias*, Paris, Dalloz.
- * Pellas, J-R., 2015, *Droit de la culture*, Paris, LGDJ.
- * Vincent, J., 2019, *Droits d'auteur et droits voisins*, Nantes, M Médias.
- * Ravaz, B. et Retterer, S., *Droit de l'information et de la communication*, 2006

Une liste de lectures complémentaires sera donnée pendant le cours sur la base des échanges avec les

Ressources pédagogiques

Une liste de ressources complémentaires sera donnée pendant le cours sur la base des échanges avec les

Contact(s)

> Dario Compagno

Responsable Formation initiale
dcompagno@parisnanterre.fr

Enquête : méthodologie et traitement des données

[Retour au programme détaillé](#)

Infos pratiques

- > ECTS : 3.0
- > Nombre d'heures : 24.0
- > Langue(s) d'enseignement : Français
- > Niveau d'étude : BAC +4
- > Période de l'année : Enseignement septième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Cours magistral
- > Ouvert aux étudiants en échange : Oui
- > Composante : Philo, Info-Comm, Langages, Littératures & Arts du spectacle
- > Code ELP : 4L7IF01P

Présentation

Le cours présentera les bases fondamentales des méthodologies d'enquête quantitative et qualitative. L'objectif du cours est d'ouvrir les étudiants à la conception et à l'organisation d'enquêtes quantitatives et qualitatives. Pour ce qui concerne les méthodes qualitatives, les étudiants apprendront à conduire les techniques d'enquête de terrain, l'observation ethnographique et à faire des entretiens. Pour ce qui concerne les méthodes quantitatives, les étudiants apprendront à construire et distribuer un questionnaire. Le cours introduira également les techniques principales de traitement quantitatif des données.

Objectifs

Ce cours vise à la compréhension des méthodes d'enquête et à la maîtrise des techniques principales dans des enquêtes de type qualitatif et quantitatif.

Évaluation

M3C en session unique

- * Régime standard intégral – avec évaluation continue (au moins 2 notes)
- * Participation (20%)
- * Devoir sur table (80%)

Pré-requis nécessaires

Notions élémentaires en mathématiques et statistiques.

Compétences visées

- * Connaître les principales méthodologies d'enquête employées dans le secteur de l'information et de la communication
- * Maîtriser des techniques principales employées dans des enquêtes de type qualitatif et quantitatif
- * Identifier et gérer des situations professionnelles qui nécessitent la mise en place d'une enquête

Bibliographie

- * De Singly F., *L'enquête et ses méthodes. Le questionnaire*, Armand Colin, coll. « 128 », 2012
- * Weber, F. et Beaud, S., *Guide de l'enquête de terrain*, La Découverte, 2010
- * Berthier, N., *Les techniques d'enquête en sciences sociales*, 2016

Une liste de lectures sera donnée pendant le cours sur la base des échanges avec les étudiants

Ressources pédagogiques

Une liste de ressources sera donnée pendant le cours sur la base des échanges avec les étudiants

Contact(s)

> Dario Compagno

Responsable Formation initiale
dcompagno@parisnanterre.fr

UE Compétences techniques

[Retour au programme détaillé](#)

Infos pratiques

- > ECTS : 9,0
- > Composante : Philo, Info-Comm, Langages, Littératures & Arts du spectacle

Liste des enseignements

- Atelier de communication rédactionnelle 1
- Publication Assistée par Ordinateur
- Conception web

Atelier de communication rédactionnelle 1

[Retour au programme détaillé](#)

Infos pratiques

- > ECTS : 3.0
- > Nombre d'heures : 24.0
- > Période de l'année : Enseignement septième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Travaux dirigés
- > Campus : Campus de Nanterre
- > Composante : Philo, Info-Comm, Langages, Littératures & Arts du spectacle
- > Code ELP : 4L7IR01P

Présentation

Ce cours vise à approfondir les techniques d'écriture et apprendre les techniques de rédaction d'articles (brèves, comptes-rendus). Il s'agit de maîtriser la transformation en article d'une sélection d'informations, en adaptant la structure du plan et le choix du vocabulaire, d'adopter le style adéquat au média (print ou web, mais aussi presse d'information ou magazines). Les formats rédactionnels suivants seront particulièrement étudiés : portrait ; dépêche et communiqué de presse. L'analyse de l'actualité se fera à travers des exposés et des questionnaires hebdomadaires.

Objectifs

Ce cours vise à l'approfondissement des techniques d'écriture et à la maîtrise des techniques de rédaction d'articles.

Évaluation

M3C en session unique

- * Régime standard intégral – avec évaluation continue (au moins 2 notes)
- * Participation (20%)
- * Exercices pendant les séances (80%)

Compétences visées

- * Connaître les principales techniques d'écriture utilisées dans le domaine journalistique
- * Maîtriser les techniques principales d'écriture d'articles en adaptant le style et le format en fonction de son média
- * Identifier et gérer des situations professionnelles qui nécessitent une veille et analyse de l'actualité

Bibliographie

Une liste de lectures sera donnée pendant le cours sur la base des échanges avec les étudiants

Une liste de ressources sera donnée pendant le cours sur la base des échanges avec les étudiants

Contact(s)

> **Charles Leprince**

Responsable pédagogique
cleprince@parisnanterre.fr

> **Marta Severo**

Responsable Formation initiale
msevero@parisnanterre.fr

> **Marta Severo**

Responsable pédagogique
msevero@parisnanterre.fr

Publication Assistée par Ordinateur

[Retour au programme détaillé](#)

Infos pratiques

- > ECTS : 3.0
- > Nombre d'heures : 24.0
- > Langue(s) d'enseignement : Français
- > Période de l'année : Enseignement septième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Travaux dirigés
- > Campus : Campus de Nanterre
- > Composante : Philo, Info-Comm, Langages, Littératures & Arts du spectacle
- > Code ELP : 4L71R02P

Présentation

Le cours vise à faire découvrir le monde de la communication visuelle (imprimée et digitale) et à comprendre la chaîne graphique pour gérer la production de documents professionnels ; acquérir une connaissance et une autonomie dans la manipulation des outils de création de la suite Adobe (Photoshop, Indesign, Illustrator) ; sensibiliser les étudiants aux enjeux de l'identité visuelle, de la mise en page et du traitement des images dans le cadre de projets de communication.

Objectifs

Ce cours vise à la compréhension du monde de la communication visuelle et à la maîtrise des principaux logiciels de création visuelle (suite Adobe).

Évaluation

M3C en session unique

- * Régime standard intégral – avec évaluation continue (au moins 2 notes)
- * Devoir sur table (50%)
- * Réalisation graphique (50%)

Pré-requis nécessaires

- Outils de communication
- Bureautique

Compétences visées

- * Connaître les enjeux principaux de la communication visuelle

- * Mobiliser les concepts relatifs aux processus, productions, objets et usages de la chaîne graphique
- * Choisir et appliquer une combinaison d'outils, de méthodes et de techniques adaptés à la publication assistée par ordinateur avec la suite Adobe

Examens

Information à venir

Bibliographie

Une liste de lectures sera donnée pendant le cours sur la base des échanges avec les

Ressources pédagogiques

Une liste de ressources sera donnée pendant le cours sur la base des échanges avec les étudiants

Contact(s)

> Marta Severo

Responsable Formation initiale
msevero@parisnanterre.fr

Conception web

[Retour au programme détaillé](#)

Infos pratiques

- > ECTS : 3.0
- > Nombre d'heures : 24.0
- > Période de l'année : Enseignement septième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Travaux dirigés
- > Campus : Campus de Nanterre
- > Composante : Philo, Info-Comm, Langages, Littératures & Arts du spectacle
- > Code ELP : 4L7IR03P

Présentation

Ce cours vise à familiariser les étudiants avec les technologies et les outils de création et de gestion des contenus pour le Web. Ils exploreront les langages de structuration (HTML) et de présentation (CSS) des pages web, puis aborderont l'usage de systèmes de gestion de contenus (CMS) dédiés. Ils verront comment ces outils s'intègrent dans l'écosystème de production des documents hypermédias.

Objectifs

Ce cours vise à la familiarisation avec les technologies et les outils de création et de gestion des contenus pour le Web. Il vise également à la maîtrise des principales solutions et outils de conception web.

Évaluation

M3C en session unique

- * Régime standard intégral – avec évaluation continue (au moins 2 notes)
 - * Conception d'un dispositif (50%)
 - * Devoir sur table (50%)

Pré-requis nécessaires

- * Outils de communication
- * Bureautique
- * Notions de PAO

Compétences visées

- * Connaître les enjeux principaux de la conception web

- * Mobiliser les concepts relatifs aux processus, productions, objets et usages de la création et de la gestion des contenus pour le Web.
- * Maîtriser les bases des langages CSS et HTML.
- * Choisir et appliquer une combinaison d'outils, de méthodes et de techniques adaptés à la conception web (systèmes de gestion de contenu)

Bibliographie

Draillard, F. (2017). *Premiers pas en CSS3 et HTML5: 7e édition mise à jour*. Editions Eyrolles.

Une webographie sera donnée pendant le cours sur la base des échanges avec les étudiants.

Ressources pédagogiques

Une liste de ressources sera donnée pendant le cours sur la base des échanges avec les étudiants

Contact(s)

> Marta Severo

Responsable Formation initiale
msevero@parisnanterre.fr

> Maxime Bersweiler

Responsable pédagogique
maxime.b@parisnanterre.fr

UE Communication et stratégie numérique

[Retour au programme détaillé](#)

Infos pratiques

- > ECTS : 6.0
- > Composante : Philo, Info-Comm, Langages, Littératures & Arts du spectacle

Liste des enseignements

- Marketing et communication de marque
- Veille et stratégie de communication

Marketing et communication de marque

[Retour au programme détaillé](#)

Infos pratiques

- > ECTS : 3.0
- > Nombre d'heures : 24.0
- > Période de l'année : Enseignement septième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Cours magistral
- > Ouvert aux étudiants en échange : Oui
- > Campus : Campus de Nanterre
- > Composante : Philo, Info-Comm, Langages, Littératures & Arts du spectacle
- > Code ELP : 4L7IS04P

Présentation

Ce cours permettra d'approfondir et de consolider la connaissance des approches théoriques et méthodologiques du marketing. Le cours vise également à présenter les enjeux de la communication de marque s'adressant aux consommateurs et acheteurs. Les étudiants seront accompagnés dans l'acquisition des techniques principales de positionnement du produit sur les différents supports médias. Une attention particulière sera portée à la construction d'une stratégie publicitaire dans le cadre d'un plan marketing.

Objectifs

Ce cours vise à l'approfondissement des approches théoriques et méthodologiques du marketing et à la maîtrise des techniques principales de la communication de marque

Évaluation

M3C en session unique

- * Régime standard intégral – avec évaluation continue (au moins 2 notes)
- * Mise en œuvre d'un dispositif marketing (50%)
- * Devoir sur table (50%)

Pré-requis nécessaires

Notions de marketing

Compétences visées

- * Identifier et caractériser les acteurs individuels et institutionnels du marketing et leur pratiques professionnelles
- * Connaître les techniques principales de la communication de marque
- * Identifier et distinguer les enjeux des stratégies marketing et de la communication de marque
- * Connaître les techniques principales de la communication publicitaire
- * Identifier et gérer des situations professionnelles complexes qui nécessitent une analyse des dynamiques de marketing liées aux dispositifs d'information et de communication

Bibliographie

- * JOANNIS (Henri), BARNIER (Virginie de). - *De la stratégie marketing à la création publicitaire : magazines, affiches, TV-radio, Internet.* - Paris : Dunod, 2005. - 473 p.
- * KAPFERER (Jean-Noël). - *Les marques, capital de l'entreprise : créer et développer les marques fortes.* - Paris : éd. d'organisation, 2007. - 575 p.
- * Lewi, G., 2019, *Devenir une marque mythique : storytelling et digital*, Paris, Vuibert.
- * Michel, G., 2017, *Au coeur de la marque*, Paris, Dunod.

Une liste de lectures complémentaires sera donnée pendant le cours sur la base des échanges avec les étudiants.

Ressources pédagogiques

Une liste de ressources sera donnée pendant le cours sur la base des échanges avec les étudiants

Contact(s)

> Marta Severo

Responsable Formation initiale
msevero@parisnanterre.fr

Veille et stratégie de communication

[Retour au programme détaillé](#)

Infos pratiques

- > ECTS : 3.0
- > Nombre d'heures : 24.0
- > Langue(s) d'enseignement : Français
- > Période de l'année : Enseignement septième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Cours magistral
- > Ouvert aux étudiants en échange : Oui
- > Composante : Philo, Info-Comm, Langages, Littératures & Arts du spectacle
- > Code ELP : 4L7IR04P

UE Elargir ses connaissances/personnaliser son parcours

[Retour au programme détaillé](#)

Infos pratiques

> ECTS : 4.5

Liste des enseignements

- UE Séminaire
 - Ecriture numérique : théorie et usages
 - Théories de la communication et culture numérique
 - Théories et enjeux de l'information et des données

UE Séminaire

[Retour au programme détaillé](#)

Infos pratiques

- > ECTS : 4,5
- > Composante : Philo, Info-Comm, Langages, Littératures & Arts du spectacle

Liste des enseignements

- Ecriture numérique : théorie et usages
- Théories de la communication et culture numérique
- Théories et enjeux de l'information et des données

Écriture numérique : théorie et usages

[Retour au programme détaillé](#)

Infos pratiques

- > ECTS : 4.5
- > Nombre d'heures : 24.0
- > Période de l'année : Enseignement septième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Cours magistral
- > Ouvert aux étudiants en échange : Oui
- > Campus : Campus de Nanterre
- > Composante : Philo, Info-Comm, Langages, Littératures & Arts du spectacle
- > Code ELP : 4L71R05P
- > En savoir plus : Information à venir

Présentation

Ce séminaire permettra de découvrir les nouveaux formats numériques d'écriture. A travers la lecture de textes et l'analyse de cas pratiques, il vise à développer une réflexion collective sur l'impact des dispositifs numériques sur nos pratiques d'écritures contemporaines et sur le concept de la littératie numérique comme « *aptitude à comprendre et à utiliser l'information écrite dans la vie courante, à la maison, au travail, et dans la collectivité* ». Les étudiants seront invités à approfondir les interactions entre pratiques, formats, supports et genres textuels.

Objectifs

Ce cours vise à l'approfondissement des approches théoriques de l'écriture numérique et à la maîtrise des techniques principales d'analyse des usages de ces écritures.

Évaluation

M3C en session unique

- * Régime standard intégral – avec évaluation continue (au moins 2 notes)
- * Participation (20%)
- * Devoir sur table (80%)

Pré-requis nécessaires

- * Notions des théories de l'information
- * Notions des théories de la communication

Compétences visées

- * Connaître les principaux enjeux des écritures numériques et de la littératie numérique
 - * Connaître les techniques principales d'écriture numérique
 - * Identifier et gérer des situations professionnelles complexes qui nécessitent une analyse des usages des écritures numériques
-
- * Connaître les principaux enjeux des écritures numériques et de la littératie numérique
 - * Connaître les techniques principales d'écriture numérique
 - * Identifier et gérer des situations professionnelles complexes qui nécessitent une analyse des usages des écritures numériques

Bibliographie

- * Souchier (Emmanuel), dir. - «Du document numérique au textiel » in : *Communication & langages* no 140, 2004
- * Vandendorpe (Christian). - *Du papyrus à l'hypertexte : essai sur les mutations du texte et de la lecture*. - Paris : La Découverte, 1999. - 224 p.
- * De Angelis (Rossana), « Textes et textures numériques. Le passage de la matérialité graphique à la matérialité numérique », *Signatures (Essais en) Sémiotique de l'écriture / Signatures (Studies in the) Semiotics of Writing, Signata - Annales de sémiotique / Annals of Semiotics*, n. 9 / 2018, Presses Universitaires de Liège, dossier dirigée par J.-M. Klinkenberg et S. Polis, p. 459-484. Disponible en ligne : <https://journals.openedition.org/signata/1675>
- * Jeanneret, Y. (2007). *Y-a-t-il (vraiment) des technologies de l'information?*: Nouvelle édition revue et corrigée (Vol. 23). Presses Univ. Septentrion.
- * Souchier, E., Davallon, J., Le Marec, J., Després-Lonnet, M., & Jeanneret, Y. (2013). *Lire, écrire, récrire: objets, signes et pratiques des médias informatisés*. Editions de la Bibliothèque publique d'information.

Une liste des lectures sera donnée pendant le cours sur la base des échanges avec les étudiants.

Ressources pédagogiques

Une liste de ressources sera donnée pendant le cours sur la base des échanges avec les étudiants.

Contact(s)

> Marta Severo

Responsable Formation initiale
msevero@parisnanterre.fr

Théories de la communication et culture numérique

[Retour au programme détaillé](#)

Infos pratiques

- > ECTS : 4.5
- > Nombre d'heures : 24.0
- > Période de l'année : Enseignement septième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Cours magistral
- > Composante : Philo, Info-Comm, Langages, Littératures & Arts du spectacle
- > Code ELP : 4L7IS06P
- > En savoir plus : Information à venir

Présentation

Ce séminaire permettra de découvrir les nouveaux dispositifs de communication numériques ainsi que leurs formats. A travers la lecture de textes et l'analyse de cas pratiques, il vise à développer une réflexion collective sur l'impact des dispositifs numériques sur le renouvellement des pratiques informationnelles et communicationnelles de leurs utilisateurs (appréhendés ici au sens large : particuliers, médias, professionnels, marques, entreprises). Y seront appréhendés les ressorts et implications pour la culture numérique de la plateforme des écosystèmes informationnels et communicationnels. Dans une perspective interdisciplinaire, une attention particulière sera portée à l'analyse des dispositifs de communication numérique dits « conversationnels » (ChatBots, SmartSpeakers, dispositifs embarqués, etc.)

Objectifs

Ce cours vise à l'approfondissement des approches théoriques de la communication et de la culture numérique, ainsi que les méthodes d'analyse de dispositifs numériques, afin d'en comprendre les implications culturelles et sociopolitiques

Évaluation

M3C en session unique

- * Régime standard intégral – avec évaluation continue (au moins 2 notes)
- * Présentation d'un travail de recherche (50%)
- * Devoir sur table (50%)

Pré-requis nécessaires

- * Notions des théories de l'information
- * Notions des théories de la communication

Compétences visées

- * Connaître les principaux enjeux et principales théories permettant l'appréhension des dispositifs communicationnels et de la culture numérique
- * Connaître les techniques principales d'analyse
- * Identifier, sélectionner et s'appropriier les informations adaptées à l'étude d'une problématique communicationnelle contemporaine dans ses diverses dimensions (technologique, économiques, sociétale, culturelle, de gouvernance, etc...)

Bibliographie

- * Allard L., Blondeau O., (2007). 2.0. Cultures numériques, Cultures expressives, numéro de la revue Médiamorphoses, 21
- * Cardon, D. (2019). Culture numérique. Presses de Sciences Po.
- * Cardon, D. (2010). La démocratie Internet : promesses et limites, Paris, Editions du Seuil
- * George E. (2019), Dir, *Numérisation de la société et enjeux sociopolitiques – numérique, communication et culture*, Iste Editions
- * George E. (2019), Dir, *Numérisation de la société et enjeux sociopolitiques – numérique, information et recherche*, Iste Editions
- * Greffe X. Sonnac N. (2008), Dir. *Culture Web – création, contenus, économie numérique*, Dalloz

Une liste des lectures complémentaires sera donnée pendant le cours sur la base des échanges avec les étudiants.

Ressources pédagogiques

Une liste de ressources pédagogiques sera donnée pendant le cours sur la base des échanges avec les étudiants.

Contact(s)

> Dario Compagno

Responsable pédagogique
dcompagno@parisnanterre.fr

Théories et enjeux de l'information et des données

[Retour au programme détaillé](#)

Infos pratiques

- > ECTS : 4.5
- > Nombre d'heures : 24.0
- > Niveau d'étude : BAC +4
- > Période de l'année : Enseignement septième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Cours magistral
- > Composante : Philo, Info-Comm, Langages, Littératures & Arts du spectacle
- > Code ELP : 4L7IF06P
- > En savoir plus : Information à venir

Présentation

Ce séminaire portera sur les aspects théoriques et pratiques des sciences de l'information. À partir de l'étude de textes scientifiques, il présentera l'évolution des principales problématiques de recherche en sciences de l'information, et s'attachera plus particulièrement à décrire les transformations socio-économiques des processus de publication et d'édition de contenus numériques et la valorisation des données. Seront abordées les stratégies des acteurs, les modèles économiques et politiques, la gouvernance, les mesures, les indicateurs, les pratiques et usages.

Objectifs

Ce cours vise la découverte des problématiques de recherche actuelles en sciences de l'information en privilégiant une entrée par les acteurs afin d'éclairer les stratégies, les modèles économiques et politiques, les méthodes, les usages.

Évaluation

M3C en session unique

* Régime standard intégral – avec évaluation continue (au moins 2 notes)

Exposé (20%)

Dossier (80%)

Pré-requis nécessaires

Compréhension des enjeux du domaine des sciences de l'information et de la communication. Capacité à lire des articles de niveau scientifique et à en faire une présentation critique, à synthétiser l'information.

Compétences visées

- * Découvrir des problématiques de recherche actuelles en sciences de l'information
- * Présenter et mettre en discussion des recherches en cours ou achevées
- * S'initier à la lecture d'articles scientifiques et à la méthodologie de recherche.

Bibliographie

Une bibliographie d'articles scientifiques sera transmise aux étudiants au cours des séances et sera également disponible sur Cours en ligne.

Ressources pédagogiques

Une liste de ressources pédagogiques sera transmise aux étudiants au cours des séances et sera également disponible sur Cours en ligne.

Contact(s)

> **Annaig Mahe**

Responsable pédagogique
amahe@parisnanterre.fr

> **Camille Claverie**

Responsable Formation initiale
cclaveri@parisnanterre.fr

UE Développer ses compétences linguistiques

[Retour au programme détaillé](#)

Infos pratiques

> ECTS : 3.0

Liste des enseignements

- UE Anglais
- Anglais

UE Anglais

[Retour au programme détaillé](#)

Infos pratiques

- > ECTS : 3,0
- > Composante : Philo, Info-Comm, Langages, Littératures & Arts du spectacle
- > Code ELP : 4L7IR06P

Liste des enseignements

· Anglais

Infos pratiques

- > ECTS : 3.0
- > Nombre d'heures : 24.0
- > Période de l'année : Enseignement septième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Travaux dirigés
- > Ouvert aux étudiants en échange : Oui
- > Campus : Campus de Nanterre
- > Composante : Philo, Info-Comm, Langages, Littératures & Arts du spectacle
- > Code ELP : 4L71R06P

Présentation

Le cours a pour objectif le perfectionnement des compétences en matière de compréhension et d'expression, tant orales et qu'écrites. Différentes situations de communication professionnelle et quotidienne, ainsi que des débats/exposés à thème sur des sujets d'actualités seront proposés.

Objectifs

Le cours a pour objectif le perfectionnement des compétences en matière de compréhension et d'expression, tant orales et qu'écrites

Évaluation

M3C en session unique

- * Régime standard intégral – avec évaluation continue (au moins 2 notes)
- * Participation (10%)
- * Exercices pendant les séances (50%)
- * Devoir sur table (40%)

Pré-requis nécessaires

- * Notions d'anglais (B2)

Compétences visées

- * Connaître les structures principales d'expression orale en anglais

- * Connaître les structures principales d'expression écrite en anglais
- * Identifier et gérer des situations professionnelles qui nécessitent la maîtrise de l'anglais

Bibliographie

Une liste des lectures sera donnée pendant le cours sur la base des échanges avec les étudiants.

Ressources pédagogiques

Une liste des ressources sera donnée pendant le cours sur la base des échanges avec les étudiants.

Contact(s)

> **Marta Severo**

Responsable Formation initiale
msevero@parisnanterre.fr

UE S'investir pour son université et dans son projet personnel

[Retour au programme détaillé](#)

Infos pratiques

> ECTS : 1.5

Liste des enseignements

- UE Projet collaboratif
- Projet collaboratif

UE Projet collaboratif

[Retour au programme détaillé](#)

Infos pratiques

- > ECTS : 1.5
- > Composante : Philo, Info-Comm, Langages, Littératures & Arts du spectacle

Liste des enseignements

- Projet collaboratif

Projet collaboratif

[Retour au programme détaillé](#)

Infos pratiques

- > ECTS : 1.5
- > Nombre d'heures : 12.0
- > Période de l'année : Enseignement septième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Travaux dirigés
- > Ouvert aux étudiants en échange : Oui
- > Campus : Campus de Nanterre
- > Composante : Philo, Info-Comm, Langages, Littératures & Arts du spectacle
- > Code ELP : 4L71R07P

Présentation

Le projet collaboratif est une modalité de travail pédagogique qui consiste en une mise en situation professionnelle de l'étudiant, réalisée en mode projet, au sein d'un groupe d'étudiants, sous la responsabilité d'un enseignant tuteur. Le projet collaboratif s'étend sur toute la durée du master (sur les deux semestres de première année et le premier semestre de la deuxième année). Le projet pourra changer d'une année à l'autre, mais de manière générale, il visera à valoriser la vie du master : organisation de la remise des diplômes, organisation d'un voyage d'étude, alimentation du blog de la formation.

Objectifs

Le projet collaboratif offre aux étudiant(e)s un cadre pédagogique et pré-professionnel qui leur donne l'occasion de renforcer leur capacité de travailler en équipe en distribuant tâches et responsabilités. Il leur permet d'apprendre à mutualiser et coopérer et à s'engager dans une démarche collective et individuelle de développement professionnel.

Évaluation

M3C en session unique

- * Régime standard intégral – avec évaluation continue (au moins 2 notes)
- 1) Conception et mise en œuvre du projet (70%)
- 2) défense du projet devant un jury (30%)

Pré-requis nécessaires

- * Avoir suivi les enseignements du S1 du M1

Compétences visées

- * Travailler en équipe autant qu'en autonomie et responsabilité au service d'un projet
- * Se mettre en recul d'une situation, s'auto évaluer et se remettre en question pour apprendre.
- * Cerner les phénomènes et les dispositifs communicationnels et leur agencement, ainsi que les processus de médiation et de médiatisation, pour concevoir des dispositifs et des environnements informationnels et communicationnels.
- * Choisir et appliquer une combinaison d'outils, de méthodes et de techniques adaptés pour concevoir et réaliser des dispositifs d'information et de communication.

Contact(s)

> Cecile Payeur

Responsable Formation initiale

cpayeur@parisnanterre.fr

UE Maîtriser un domaine et ses méthodes

[Retour au programme détaillé](#)

Infos pratiques

> ECTS : 15,0

Liste des enseignements

- UE Enjeux de l'information et de la communication
 - Enjeux politiques et économiques de la communication
 - Analyse des usages
- UE Compétences techniques
 - Techniques d'éditorialisation et de curation
- UE Communication et stratégie numérique
 - Référencement et community management
 - Communication interne, externe et de crise

UE Enjeux de l'information et de la communication

[Retour au programme détaillé](#)

Infos pratiques

- > ECTS : 6.0
- > Campus : Campus de Nanterre
- > Composante : Philo, Info-Comm, Langages, Littératures & Arts du spectacle

Présentation

Évaluation

Liste des enseignements

- Enjeux politiques et économiques de la communication
- Analyse des usages

Enjeux politiques et économiques de la communication

[Retour au programme détaillé](#)

Infos pratiques

- > ECTS : 3.0
- > Nombre d'heures : 24.0
- > Période de l'année : Enseignement huitième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Cours magistral
- > Ouvert aux étudiants en échange : Oui
- > Campus : Campus de Nanterre
- > Composante : Philo, Info-Comm, Langages, Littératures & Arts du spectacle
- > Code ELP : 4L8IR01P

Présentation

Cet enseignement est pensé en trois parties. Il fournit dans un premier temps les ressources théoriques nécessaires à la compréhension des sphères politiques en revenant sur les notions d' « espace public » et de « sphère publique ». Dans un deuxième temps, il détaille les problèmes que pose l'application d'une analyse économique au domaine culturel et médiatique, et plus précisément aux industries culturelles : il revient ainsi sur les spécificités économiques des biens culturels que l'économie elle-même peine souvent à saisir par les outils classiques. L'apport clarifié des concepts et des modèles économiques permet d'aborder ensuite les grandes mutations des secteurs culturels sur les trente dernières années, ainsi que les formes de régulation des industries.

Le cours offre également, dans un troisième temps et pour saisir du point de vue de la production ces logiques de médiatisation, les bases d'une sociologie des problèmes publics. En filigrane, le cours encourage une réflexion collective sur les manifestations plus ou moins récentes et sur leurs degrés de consolidation dans la sphère publique : par exemple, mouvements féministes ; mariage pour tous ; droits des animaux, Gilets jaunes, etc. La place centrale des images dans la communication est aussi abordée.

Objectifs

Ce cours vise à l'approfondissement la compréhension des sphères politiques et économiques en revenant sur les notions d'« espace public » et de « sphère publique ».

Évaluation

M3C en session unique

- * Régime standard intégral – avec évaluation continue (au moins 2 notes)
 - * Participation (20%)
 - * Devoir sur table (80%)

Pré-requis nécessaires

- * Notions des théories de l'information
- * Notions des théories de la communication

Compétences visées

- * Connaître les principaux enjeux politiques du monde de l'information et de la communication
- * Connaître les principaux enjeux économiques du monde de l'information et de la communication
- * Identifier et gérer des situations professionnelles qui nécessitent une analyse des dynamiques politiques et économiques liées aux dispositifs d'information et de communication

Bibliographie

Jürgen Habermas, *L'espace public*, Lausanne, Payot, 1988.

Fraser, Nancy, « Repenser la sphère publique : contribution à la critique de la démocratie telle qu'elle existe réellement », *Hermès*, 2001, 31, p. 125-157.

Daniel Cefai, « La construction des problèmes publics. Définitions de situations dans des arènes publiques », *Réseaux*, 1996.

Harvey Molotch et Marilyn Lester, « Informer : une conduite délibérée de l'usage stratégique des événements », *Réseaux*, 1996.

Nathalie Sonnac et Jean Jaskold Gabszewicz, *L'Industrie des médias à l'ère numérique*, La Découverte, Collection, 2013.

Franck Rebillard, *Le Web 2.0 en perspective. Une analyse socio-économique de l'Internet*. Repères, 2007.

Une liste de lectures sera donnée pendant le cours sur la base des échanges avec les étudiants

Ressources pédagogiques

Une liste de ressources sera donnée pendant le cours sur la base des échanges avec les étudiants

Contact(s)

> Marta Severo

Responsable Formation initiale
msevero@parisnanterre.fr

> Celine Morin

Responsable pédagogique
cmorin@parisnanterre.fr

Analyse des usages

[Retour au programme détaillé](#)

Infos pratiques

- > ECTS : 3.0
- > Nombre d'heures : 24.0
- > Période de l'année : Enseignement septième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Cours magistral
- > Ouvert aux étudiants en échange : Oui
- > Composante : Philo, Info-Comm, Langages, Littératures & Arts du spectacle
- > Code ELP : 4L8IS01P

Présentation

Le cours présente les approches théoriques et méthodologiques pour étudier les usages des dispositifs médiatiques et numériques. Le cours s'appuie sur la sociologie des usages et propose d'appréhender plusieurs méthodes d'enquêtes qualitatives et quantitatives. Une attention particulière sera d'abord dédiée aux méthodes d'analyse de sites web (référencement, RSN, systèmes applicatifs). Puis, un travail de mise en œuvre pratique d'une enquête sera réalisé par les étudiants.

Objectifs

Ce cours vise à la compréhension des approches théoriques et méthodologiques de l'analyse des usages des dispositifs médiatiques et numériques. Il vise également à la maîtrise des principales techniques à employer pour conduire une analyse des usages.

Évaluation

M3C en session unique

- * Régime standard intégral – avec évaluation continue (au moins 2 notes)
- * Devoir sur table (50%)
- * Réalisation d'une enquête et analyse (50%)

Pré-requis nécessaires

Notions de théories de la communication

Compétences visées

- * Connaître les approches théoriques et méthodologiques de l'analyse des usages de dispositifs d'information et de communication

- * Identifier et gérer des situations professionnelles qui soulèvent des questionnements concernant les usages des dispositifs à travers la mise en place d'une enquête

Bibliographie

- * Barats C. (dir.), 2013, *Manuel d'analyse du web en sciences humaines et sociales*, Paris, Armand Colin
- * Jouët J. (2000), « Retour critique sur la sociologie des usages », in *Réseaux*, n° 100, pp. 487-521
- * Jouët J. (2009) « La sociologie des médias numériques » in LETEINTURIER C. et R. LE CHAMPION (2009), (Dir.), *Médias, information et communication*, Collection Transversale, Paris : Ellipses, pp. 104-121 et glossaire pp. 455-456
- * Sire G. (2016), *Les moteurs de recherche*, Collection Repères, La Découverte

Une liste de lectures sera donnée pendant le cours sur la base des échanges avec les étudiants.

Ressources pédagogiques

Une liste de ressources sera donnée pendant le cours sur la base des échanges avec les étudiants.

Contact(s)

> Dario Compagno

Responsable pédagogique
dcompagno@parisnanterre.fr

UE Compétences techniques

[Retour au programme détaillé](#)

Infos pratiques

- > ECTS : 3.0
- > Composante : Philo, Info-Comm, Langages, Littératures & Arts du spectacle

Liste des enseignements

- Techniques d'éditorialisation et de curation

Techniques d'éditorialisation et de curation

[Retour au programme détaillé](#)

Infos pratiques

- > ECTS : 3.0
- > Nombre d'heures : 24.0
- > Période de l'année : Enseignement huitième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Travaux dirigés
- > Ouvert aux étudiants en échange : Oui
- > Campus : Campus de Nanterre
- > Composante : Philo, Info-Comm, Langages, Littératures & Arts du spectacle
- > Code ELP : 4L8IR02P

Présentation

Ce cours permettra de s'initier à la conception et la réalisation de dispositifs d'éditorialisation en ligne de l'information, impliquant l'analyse d'une situation de communication, de partage et de collaboration. Les étudiants devront se familiariser avec les questions de fabrication de l'information, afin de comprendre le lien avec son exploitation ultérieure : indexation, partage... Ils utiliseront à cette fin plusieurs outils tels que les wikis.

Objectifs

Ce cours vise à l'approfondissement des approches théoriques et méthodologiques de l'éditorialisation et de la curation.

Évaluation

M3C en session unique

- * Régime standard intégral – avec évaluation continue (au moins 2 notes)
- * Exercices pendant les séances (50%)
- * Devoir sur table (50%)

Pré-requis nécessaires

- * Notions des théories de l'information
- * Notions des théories de la communication

Compétences visées

- * Connaître les principaux enjeux de l'éditorialisation et de la curation
- * Connaître les techniques principales d'éditorialisation

- * Identifier et gérer des situations professionnelles complexes qui nécessitent une analyse des questions liées à fabrication de l'information en ligne

Bibliographie

- * Barbe, L. Merzeau, V. Schafer , *Wikipédia, objet scientifique non identifié*. Presses Universitaire de Nanterre.
- * Bachimont, B. (2007). "Nouvelles tendances applicatives : de l'indexation à l'éditorialisation". *L'indexation multimédia*, 313-326.
- * Cardon, D. (2011). Tous éditeurs ? Les promesses incertaines de la "curation". *C/blog*, 26(04).
- * Merzeau, L. (2012). La médiation identitaire. *Revue française des sciences de l'information et de la communication*, (1).
- * Vitali Rosati, M. (2016). Qu'est-ce que l'éditorialisation ? *Sens public*.

Une liste des lectures sera donnée pendant le cours sur la base des échanges avec les étudiants.

Ressources pédagogiques

Une liste de ressources sera donnée pendant le cours sur la base des échanges avec les étudiants

Contact(s)

> Marta Severo

Responsable Formation initiale
msevero@parisnanterre.fr

> Lionel Barbe

Responsable pédagogique
lbarbe@parisnanterre.fr

UE Communication et stratégie numérique

[Retour au programme détaillé](#)

Infos pratiques

- > ECTS : 6.0
- > Composante : Philo, Info-Comm, Langages, Littératures & Arts du spectacle

Liste des enseignements

- Référencement et community management
- Communication interne, externe et de crise

Référencement et community management

[Retour au programme détaillé](#)

Infos pratiques

- > ECTS : 3.0
- > Nombre d'heures : 24.0
- > Période de l'année : Enseignement huitième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Cours magistral
- > Ouvert aux étudiants en échange : Oui
- > Campus : Campus de Nanterre
- > Composante : Philo, Info-Comm, Langages, Littératures & Arts du spectacle
- > Code ELP : 4L8IR03P

Présentation

Le cours vise à former aux outils méthodologiques fondamentaux définissant une stratégie de web-marketing et de référencement. Il propose une lecture de la mise en place de ces outils dans le panorama des marques présentes sur le marché. Une attention particulière sera donnée à l'analyse des différents réseaux sociaux, de leurs spécificités et de leurs usages, ainsi qu'à l'illustration des possibilités d'action de SEO et SEA et aux différentes stratégies adoptées par les marques pour la mise en place de leur storytelling.

Enfin, à travers des exercices pratiques, les étudiants apprendront à maîtriser les techniques pour créer et optimiser des contenus web pour les moteurs de recherche (SEO) et à gérer et animer une communauté sur les médias sociaux.

Objectifs

Ce cours vise à l'approfondissement des approches théoriques et méthodologiques du web marketing. Il vise également à la maîtrise des techniques de référencement naturel et payant ainsi que les techniques de *community management* pour construire une communication de marque

Évaluation

M3C en session unique

- * Régime standard intégral – avec évaluation continue (au moins 2 notes)
- * Devoir sur table (50%)
- * Mise en œuvre d'un cas pratique (50%)

Pré-requis nécessaires

- * Notions des stratégies marketing
- * Notions des théories de la communication

Compétences visées

- * Connaître les principales approches théoriques du web marketing.
- * Connaître les mécanismes de fonctionnement des moteurs de recherche et des réseaux sociaux.
- * Identifier et gérer les défis de l'animation d'une communauté en ligne.
- * Maîtriser les techniques de storytelling.
- * Identifier et gérer des situations professionnelles qui nécessitent une analyse des dynamiques de web marketing et de community management.

Bibliographie

- * Kotler, P., 2017, *Marketing 4.0 : le passage au digital*, Louvain, De Boeck Supérieur.
- * Lewi, G., 2019, *Devenir une marque mythique : storytelling et digital*, Paris, Vuibert.
- * March, V., 2019, *Comment développer votre activité grâce aux médias sociaux*, Paris, Dunod.
- * Andrieu O., 2020, *Réussir son référencement web - Edition 2020-2021: Stratégies et techniques SEO*
- * Cordina, P., & Fayon, D. (2013). *Community management: fédérer des communautés sur les médias sociaux*. Pearson Education France.

Une liste de lectures complémentaires sera donnée pendant le cours sur la base des échanges avec les étudiants.

Ressources pédagogiques

Une liste de ressources complémentaires sera donnée pendant le cours sur la base des échanges avec les étudiants.

Contact(s)

> **Marta Severo**

Responsable Formation initiale
msevero@parisnanterre.fr

Communication interne, externe et de crise

[Retour au programme détaillé](#)

Infos pratiques

- > ECTS : 3.0
- > Nombre d'heures : 24.0
- > Période de l'année : Enseignement huitième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Cours magistral
- > Ouvert aux étudiants en échange : Oui
- > Composante : Philo, Info-Comm, Langages, Littératures & Arts du spectacle
- > Code ELP : 4L8IR04P

Présentation

Ce cours vise à présenter les dynamiques de communication en entreprise en distinguant communication externe, interne et de crise. Il approfondira également les transformations de la communication dans les entreprises en rapport avec les TIC : formes d'organisation, communication, intranet, portails d'entreprise, mythes et réalités du développement des réseaux sociaux numériques dans les entreprises. Enfin, il étudiera le passage du paradigme de l'accès à celui de la connaissance, gestion des connaissances (KM) et intelligences collectives, innovation collaborative..

Objectifs

Ce cours vise à l'approfondissement des approches théoriques de la communication d'entreprise. Il vise également à la compréhension des changements apportés par les dispositifs d'information et de communication dans les entreprises

Évaluation

M3C en session unique

- * Régime standard intégral – avec évaluation continue (au moins 2 notes)
- * Participation (20%)
- * Devoir sur table (80%)

Pré-requis nécessaires

- * Notions des stratégies marketing
- * Notions des théories de la communication

Compétences visées

- * Connaître les principales approches théoriques de la communication d'entreprise.

- * Savoir distinguer les enjeux de la communication interne, externe et de crise.
- * Identifier et gérer les changements apportés par les dispositifs d'information et de communication dans les entreprises.
- * Identifier et gérer des situations professionnelles complexes qui nécessitent une analyse des dynamiques de communication d'entreprise

Bibliographie

- * Westphalen, M. H., & Libaert, T. (2009). *Communicator-5e édition: Le guide de la communication d'entreprise*. Dunod.
- * Lendrevie, J., & Lévy, J. (2012). *Mercator-10e éd.: 2013-Théories et nouvelles pratiques du marketing*. Dunod.
- * Libaert T., *La communication de crise*, Dunon, 2018.

Une liste des lectures sera donnée pendant le cours sur la base des échanges avec les étudiants.

Ressources pédagogiques

Une liste de ressources sera donnée pendant le cours sur la base des échanges avec les étudiants.

Contact(s)

> Celine Morin

Responsable pédagogique
cmorin@parisnanterre.fr

> Marta Severo

Responsable Formation initiale
msevero@parisnanterre.fr

UE Conduire un travail personnel mobilisant la recherche/l'expertise

[Retour au programme détaillé](#)

Infos pratiques

> ECTS : 9.0

Liste des enseignements

- UE Mémoire
- Méthodologie de la recherche
- Mémoire

UE Mémoire

[Retour au programme détaillé](#)

Infos pratiques

- > ECTS : 9,0
- > Composante : Philo, Info-Comm, Langages, Littératures & Arts du spectacle

Liste des enseignements

- Méthodologie de la recherche
- Mémoire

Méthodologie de la recherche

[Retour au programme détaillé](#)

Infos pratiques

- > ECTS : 3.0
- > Nombre d'heures : 24.0
- > Période de l'année : Enseignement huitième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Travaux dirigés
- > Ouvert aux étudiants en échange : Oui
- > Composante : Philo, Info-Comm, Langages, Littératures & Arts du spectacle
- > Code ELP : 4L8IR05P

Présentation

Ce cours constitue une initiation à la recherche scientifique et vise à préparer les étudiants à l'écriture de leur mémoire. Les étudiants apprendront à maîtriser les différentes phases de la recherche : préciser ses questions de recherche, formuler des hypothèses, s'appuyer sur un auteur sans le paraphraser, développer sa méthodologie, expliciter son plan d'enquête, définir sa position par rapport au sujet.

Par ailleurs, le cours présentera les principales techniques de recherche d'information en ligne : présentation des techniques de veille en ligne et hors ligne, initiation à la recherche documentaire et à la construction d'une bibliographie. Des cas pratiques seront présentés. Des exercices individuels et de groupe seront réalisés.

Objectifs

Ce cours vise à la découverte des différentes phases d'une recherche scientifique et à la maîtrise des techniques de recherche documentaire et constitution d'une bibliographie.

Évaluation

M3C en session unique

- * Régime standard intégral – avec évaluation continue (au moins 2 notes)
- * Participation (20%)
- * Exercices de recherches et d'application méthodologique (80%)

Pré-requis nécessaires

- * Notions des théories de la communication
- * Notion des théories de l'information

Compétences visées

- * Connaître les principales phases de la recherche scientifique
- * Connaître les techniques d'écriture d'un mémoire de la formation des hypothèses à la définition d'un protocole méthodologique jusqu'à son application.
- * Maîtriser les techniques de recherche documentaire.

Bibliographie

- * Eco, U., *Comment écrire sa thèse*, Flammarion, 2018.

Une ultérieure liste de lectures sera donnée pendant le cours sur la base des échanges avec les étudiants.

Ressources pédagogiques

Une liste de ressources sera donnée pendant le cours sur la base des échanges avec les étudiants

Contact(s)

> Marta Severo

Responsable Formation initiale
msevero@parisnanterre.fr

Mémoire

[Retour au programme détaillé](#)

Infos pratiques

- > ECTS : 6.0
- > Période de l'année : Enseignement huitième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Travail personnel
- > Ouvert aux étudiants en échange : Oui
- > Composante : Philo, Info-Comm, Langages, Littératures & Arts du spectacle
- > Code ELP : 4L8IR06P

Présentation

Sous la direction d'un enseignant, l'étudiant doit rédiger un mémoire de recherche sur une thématique relevant des cours suivis pendant le master. En s'appuyant sur des instruments théoriques produits dans différentes disciplines, l'étudiant devra être capable de définir l'état de l'art sur son sujet et d'identifier des hypothèses. Ensuite, il devra définir le protocole méthodologique le plus adéquat en s'appuyant sur des techniques qualitative et quantitative. A travers cet exercice, l'étudiant pourra s'initier aux méthodes de la recherche scientifique nécessaires pour analyser une situation ou un processus communicationnel.

Objectifs

Le mémoire vise à l'initiation aux méthodes de la recherche scientifique : construction d'un état de l'art, définition d'hypothèses et méthodologie, et analyse des résultats.

Il vise également à consolider les compétences rédactionnelles relatives aux canons des écrits scientifiques et académiques.

Évaluation

M3C en session unique

- * Régime standard intégral – avec évaluation continue (au moins 2 notes)
- * Mémoire (70%)
- Soutenance (30%)

Pré-requis nécessaires

- * Avoir suivi les enseignements du S1 du M1

Compétences visées

- * Identifier une problématique scientifique et construire un cheminement intellectuel pertinent et cohérent avec cette problématique

- * Mobiliser des connaissances acquises lors de la formation pour éclairer un problème observé sur le terrain
- * Identifier des références bibliographiques pertinentes et réaliser un travail de synthèse de la littérature existante
- * Rédiger avec une qualité orthographique et rédactionnelle optimale
- * Soigner la mise en page et la mise en forme avec précision en prenant en compte la lisibilité et l'efficacité esthétique.

Bibliographie

Une liste de lectures sera donnée pendant la préparation du mémoire sur la base des échanges avec l'étudiant.

Contact(s)

> **Marta Severo**

Responsable pédagogique
msevero@parisnanterre.fr

> **Marta Severo**

Responsable Formation initiale
msevero@parisnanterre.fr

UE Elargir ses connaissances/personnaliser son parcours

[Retour au programme détaillé](#)

Infos pratiques

> ECTS : 4.5

Liste des enseignements

- UE Stage
- Stage

UE Stage

[Retour au programme détaillé](#)

Infos pratiques

- > ECTS : 4,5
- > Composante : Philo, Info-Comm, Langages, Littératures & Arts du spectacle

Liste des enseignements

· Stage

Infos pratiques

- > ECTS : 4.5
- > Période de l'année : Enseignement huitième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Travail personnel
- > Composante : Philo, Info-Comm, Langages, Littératures & Arts du spectacle
- > Code ELP : 4L8IR07P

Présentation

D'une durée de 8 semaines au moins, le stage est obligatoire et fait l'objet d'une convention entre l'université et un organisme privé ou public. Le choix du stage par l'étudiant(e) est soumis à l'approbation de la responsable de la formation. La convention est signée alors par les trois parties (étudiant(e), entreprise, université) avant le début du stage, l'étudiant(e) devant fournir une attestation de responsabilité civile. Le stage peut être réalisé dans tout type de structure : entreprise, association, institutions etc. Les missions doivent être en lien avec le parcours de master.

Objectifs

Le stage vise à favoriser la connaissance du monde professionnel, la rencontre avec les acteurs socioéconomiques du domaine de la communication numérique, de la rédaction web et du community management. L'étudiant.e devra se voir confier une mission lui permettant de mettre en pratique ses connaissances.

Les types de missions accessibles : rédacteur web, créateur de contenus web, assistant.e de production audiovisuelle, assistant.e de communication, etc.

Évaluation

M3C en session unique

- * Validation d'acquis basée sur la fiche d'évaluation de l'entreprise

Pré-requis nécessaires

Avoir suivi les enseignements du S1 du M1

Compétences visées

- * Situer son rôle et sa mission au sein d'une organisation pour s'adapter et prendre des initiatives
- * Identifier le processus de production, de diffusion et de valorisation des messages audiovisuels et multimédia.
- * Respecter les principes d'éthique, de déontologie et de responsabilité de l'entreprise et de son secteur d'activité

Contact(s)

> **Marta Severo**

Responsable Formation initiale

msevero@parisnanterre.fr

UE S'investir pour son université et dans son projet professionnel

[Retour au programme détaillé](#)

Infos pratiques

> ECTS : 1.5

Liste des enseignements

- UE Projet collaboratif
- Projet collaboratif

UE Projet collaboratif

[Retour au programme détaillé](#)

Infos pratiques

- > ECTS : 1.5
- > Composante : Philo, Info-Comm, Langages, Littératures & Arts du spectacle

Liste des enseignements

- Projet collaboratif

Projet collaboratif

[Retour au programme détaillé](#)

Infos pratiques

- > ECTS : 1.5
- > Nombre d'heures : 12.0
- > Période de l'année : Enseignement huitième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Travaux dirigés
- > Ouvert aux étudiants en échange : Oui
- > Composante : Philo, Info-Comm, Langages, Littératures & Arts du spectacle
- > Code ELP : 4L8IRo8P

Présentation

Le projet collaboratif est une modalité de travail pédagogique qui consiste en une mise en situation professionnelle de l'étudiant, réalisée en mode projet, au sein d'un groupe d'étudiants, sous la responsabilité d'un enseignant tuteur. Le projet collaboratif s'étend sur toute la durée du master (sur les deux semestres de première année et le premier semestre de la deuxième année). Le projet pourra changer d'une année à l'autre, mais de manière générale, il visera à valoriser la vie du master : organisation de la remise des diplômes, organisation d'un voyage d'étude, alimentation du blog de la formation.

Objectifs

Le projet collaboratif offre aux étudiant(e)s un cadre pédagogique et pré-professionnel qui leur donne l'occasion de renforcer leur capacité de travailler en équipe en distribuant tâches et responsabilités. Il leur permet d'apprendre à mutualiser et coopérer et à s'engager dans une démarche collective et individuelle de développement professionnel.

Évaluation

M3C en session unique

- * Régime standard intégral – avec évaluation continue (au moins 2 notes)
- 1) Conception et mise en œuvre du projet (70%)
- 2) défense du projet devant un jury (30%)

Pré-requis nécessaires

- * Avoir suivi les enseignements du S1 du M1

Compétences visées

- * Travailler en équipe autant qu'en autonomie et responsabilité au service d'un projet

- * Se mettre en recul d'une situation, s'auto évaluer et se remettre en question pour apprendre.
- * Cerner les phénomènes et les dispositifs communicationnels et leur agencement, ainsi que les processus de médiation et de médiatisation, pour concevoir des dispositifs et des environnements informationnels et communicationnels.

Choisir et appliquer une combinaison d'outils, de méthodes et de techniques adaptés pour concevoir et réaliser des dispositifs d'information et de communication.

Contact(s)

> Marta Severo

Responsable pédagogique
msevero@parisnanterre.fr

UE Maîtriser un domaine et ses méthodes

[Retour au programme détaillé](#)

Infos pratiques

> ECTS : 21.0

Liste des enseignements

- UE Communication et stratégie numérique
 - Gestion de projet
 - Storytelling transmedia
- UE Compétences techniques
 - PAO avancée
 - Relation presse et dossier presse

UE Communication et stratégie numérique

[Retour au programme détaillé](#)

Infos pratiques

- > ECTS : 10.5
- > Composante : Philo, Info-Comm, Langages, Littératures & Arts du spectacle

Liste des enseignements

- Gestion de projet
- Storytelling transmedia

Gestion de projet

[Retour au programme détaillé](#)

Infos pratiques

- > ECTS : 6.0
- > Nombre d'heures : 24.0
- > Niveau d'étude : BAC +5
- > Période de l'année : Enseignement neuvième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Cours magistral
- > Ouvert aux étudiants en échange : Oui
- > Campus : Campus de Nanterre
- > Composante : Philo, Info-Comm, Langages, Littératures & Arts du spectacle
- > Code ELP : 4LgIR01P
- > En savoir plus : Informations à venir

Présentation

Dans le cadre de ce cours, les étudiants réaliseront des projets tuteurés sur une période de 6 mois. Répondant à un cahier des charges fourni par un commanditaire externe, ils devront développer une stratégie de communication adaptée et la mettre en œuvre, à l'aide des compétences acquises tout au long du master. Ils devront également assurer la planification et la gestion de leur travail collectif et de leurs relations avec les commanditaires. En groupe, les étudiant.es envisagent dans son ensemble la chaîne des étapes qui va de la conception à la réalisation d'une œuvre, d'un produit ou d'un service de communication.

Objectifs

Le cours gestion de projet offre aux étudiant(e)s un cadre pédagogique et pré-professionnel qui leur donne l'occasion de lier la formalisation d'un problème de communication et sa faisabilité économique, juridique, technique et esthétique. Il vise à mener un projet de bout en bout : compréhension de la commande, formulation d'un cahier des charges, relations avec le commanditaire, conception et réalisation du projet et présentation du produit fini.

Évaluation

M3C en session unique

- * Régime standard intégral – avec évaluation continue (au moins 2 notes)
- * Remise d'un rapport d'étape (40%)
- * Évaluation du contenu conçu et réalisé (30%)
- * Présentation du projet devant un jury (30%)

Compétences visées

- * Travailler en équipe autant qu'en autonomie et responsabilité au service d'un projet
- * Se mettre en recul d'une situation, s'auto-évaluer et se remettre en question pour apprendre.
- * Cerner les phénomènes et les dispositifs communicationnels et leur agencement, ainsi que les processus de médiation et de médiatisation, pour concevoir des dispositifs et des environnements informationnels et communicationnels.
- * Choisir et appliquer une combinaison d'outils, de méthodes et de techniques adaptés pour concevoir et réaliser des dispositifs d'information et de communication.
- * Disposer d'une expérience personnelle d'analyse et/ou de production de dispositifs, objets et systèmes informationnels et communicationnels.

Ressources pédagogiques

Une liste de ressources sera donnée pendant le cours sur la base des échanges avec l'étudiant.

Contact(s)

> **Marta Severo**

Responsable pédagogique
msevero@parisnanterre.fr

Storytelling transmedia

[Retour au programme détaillé](#)

Infos pratiques

- > ECTS : 4.5
- > Nombre d'heures : 24.0
- > Niveau d'étude : BAC +5
- > Période de l'année : Enseignement neuvième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Cours magistral
- > Ouvert aux étudiants en échange : Oui
- > Campus : Campus de Nanterre
- > Composante : Philo, Info-Comm, Langages, Littératures & Arts du spectacle
- > Code ELP : 4LgIR02P
- > En savoir plus : Informations à venir

Présentation

Le cours vise à présenter les aspects théoriques et pratiques du storytelling transmédia. Il explore l'usage des récits dans différents contextes communicationnels : publicité, journalisme, écriture créative, etc. Dans le cadre de ce cours, les étudiants développeront des compétences d'écriture de récits adaptées à différents médias.

Le cours s'appuie sur l'analyse des cas pratiques et l'organisation de simulations de situations professionnelles.

Objectifs

Ce cours vise à la maîtrise des techniques rédactionnelles liées à la conception et à la réalisation d'un projet de communication transmédia.

Évaluation

M3C en session unique

- * Régime standard intégral – avec évaluation continue (au moins 2 notes)
- * Participation (20%)
- * Projet individuel (40%)
- * Devoir sur table (40%)

Pré-requis nécessaires

- * Notions des stratégies marketing et communication
- * Notions de gestion de projet

Compétences visées

- * Connaître les principales techniques de storytelling transmédia
- * Reconnaître, analyser, décrire une stratégie de storytelling transmédia, à l'aide de notions théoriques et d'exemples concrets
- * Maîtriser les techniques principales de storytelling en adaptant le style et le format en fonction du média concerné
- * Savoir concevoir une stratégie en optant pour des choix avisés en ce qui concerne les médias choisis, leurs formats et leurs codes
- * Identifier et gérer des situations professionnelles qui nécessitent l'emploi des techniques de storytelling

Bibliographie

A Creator's Guide to Transmedia Storytelling How to Captivate and Engage Audiences Across Multiple Platforms d'Andrea Phillips
Fantastic Transmedia Narrative, Play and Memory Across Science Fiction and Fantasy Storyworlds de Colin B. Harvey
Interactive narratives and transmedia storytelling: creating immersive stories across new media platforms de Kelly McErlean
Star Wars And The History Of Transmedia Storytelling de Dan Hassler-Forest et Sean Guynes
Transmedia Storytelling and the Apocalypse de Stephen Joyce
Transmedia Storytelling and the New Era of Media Convergence in Higher Education de Stavroula Kalogeras

Des références disponibles en ligne seront également mobilisées.

Ressources pédagogiques

Une liste de ressources sera distribuée pendant le cours sur la base des échanges avec les étudiants. Elle pourront apparaître au fil des échanges et être adaptées de cours en cours.

Contact(s)

> **Elie Petit**

Responsable pédagogique
e.petit@parisnanterre.fr

> **Marta Severo**

Responsable pédagogique
msevero@parisnanterre.fr

UE Compétences techniques

[Retour au programme détaillé](#)

Infos pratiques

- > ECTS : 10.5
- > Composante : Philo, Info-Comm, Langages, Littératures & Arts du spectacle

Liste des enseignements

- PAO avancée
- Relation presse et dossier presse

Infos pratiques

- > ECTS : 4.5
- > Nombre d'heures : 24.0
- > Niveau d'étude : BAC +5
- > Période de l'année : Enseignement neuvième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Travaux dirigés
- > Campus : Campus de Nanterre
- > Composante : Philo, Info-Comm, Langages, Littératures & Arts du spectacle
- > Code ELP : 4LgIR03P
- > En savoir plus : Informations à venir

Présentation

Ce cours poursuit, en les approfondissant, les travaux sur la conception et l'édition de documents entrepris dans le cours PAO 1. Il introduit de nouveaux outils de création, de nouveaux formats, et leur intégration dans la chaîne graphique. Il interroge également les convergences entre publication print et publication web. Il ouvre une réflexion sur l'accessibilité des documents produits, en ligne et hors ligne.

Objectifs

Ce cours vise à la maîtrise des principaux logiciels de création visuelle (suite Adobe) et l'introduction de logiciels et solutions gratuites d'édition visuelle.

Évaluation

M3C en session unique

- * Régime standard intégral – avec évaluation continue (au moins 2 notes)
- * Participation (20%)
- * Devoir sur table (80%)

Pré-requis nécessaires

- * Outils de communication
- * Bureautique
- * PAO 1

Compétences visées

- * Maîtriser les enjeux principaux de la communication visuelle
- * Mobiliser les concepts relatifs aux processus, productions, objets et usages de la chaîne graphique
- * Choisir, appliquer et maîtriser une combinaison d'outils, de méthodes et de techniques adaptés à la publication assistée par ordinateur avec la suite Adobe et d'autres outils gratuits

Examens

Informations à venir

Bibliographie

Manovich, L. (2001). *The language of new media*. MIT press.

Une sélection d'articles scientifiques et de documents techniques sera fournie aux étudiants au fil des séances.

Ressources pédagogiques

Une liste de ressources sera donnée pendant le cours sur la base des échanges avec les étudiants.

Contact(s)

> **Marta Severo**

Responsable pédagogique
msevero@parisnanterre.fr

Relation presse et dossier presse

[Retour au programme détaillé](#)

Infos pratiques

- > ECTS : 6.0
- > Nombre d'heures : 36.0
- > Niveau d'étude : BAC +5
- > Période de l'année : Enseignement neuvième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Travaux dirigés
- > Ouvert aux étudiants en échange : Oui
- > Campus : Campus de Nanterre
- > Composante : Philo, Info-Comm, Langages, Littératures & Arts du spectacle
- > Code ELP : 4LgIR04P
- > En savoir plus : Informations à venir

Présentation

Ce cours offre aux étudiants les compétences nécessaires à la mise en œuvre des relations presse. L'accent est particulièrement mis sur la découverte des sources d'informations institutionnelles appréhendées du point de vue du « producteur » (services de presse) et du point de vue de l'utilisateur (médias). Il propose une lecture critique de ces documents, puis s'étend à la recherche d'autres sources et à la veille. A travers la réalisation de revues de presse, ce cours est également l'occasion d'améliorer la connaissance de l'actualité, de se familiariser avec les titres de la presse écrite et de développer l'aptitude à repérer et sélectionner les informations les plus pertinentes sur un thème donné.

Objectifs

Ce cours poursuit un triple objectif. D'abord, faire découvrir les sources d'informations institutionnelles en les plaçant à la fois du point de vue du « producteur » (services de presse) et du point de vue de l'utilisateur (médias). Ensuite, faire réaliser des revues de presse pour développer la connaissance de l'actualité et la familiarité avec les titres de la presse écrite. Enfin, permettre d'améliorer, à travers la rédaction d'articles et d'outils de communication, la maîtrise de l'écriture spécialisée.

Évaluation

M3C en session unique

- * Régime standard intégral – avec évaluation continue :
- * Participation (20%)
- * Exercices pendant les séances (80%)

Pré-requis nécessaires

- notions des théories de l'information
- notions des théories de la communication
- compétences rédactionnelles

Compétences visées

- * Identifier et caractériser les acteurs individuels et institutionnels du monde des relations presse
- * Identifier les dispositifs d'information et communication employés dans le secteur de la presse
- * Réaliser une revue de presse en identifiant et synthétisant les sources pertinentes.

Bibliographie

Une liste des lectures sera donnée pendant le cours sur la base des échanges avec les étudiants.

Ressources pédagogiques

Une liste de ressources sera donnée pendant le cours sur la base des échanges avec les étudiants (hors bibliographie).

Contact(s)

> Marta Severo

Responsable pédagogique
msevero@parisnanterre.fr

UE Elargir ses connaissances/personnaliser son parcours

[Retour au programme détaillé](#)

Infos pratiques

> ECTS : 4.5

Liste des enseignements

- UE Séminaire
 - Création et communication visuelle
 - Modélisation, représentation et données
 - Open data et science ouverte

UE Séminaire

[Retour au programme détaillé](#)

Infos pratiques

- > ECTS : 4,5
- > Composante : Philo, Info-Comm, Langages, Littératures & Arts du spectacle

Liste des enseignements

- Création et communication visuelle
- Modélisation, représentation et données
- Open data et science ouverte

Création et communication visuelle

[Retour au programme détaillé](#)

Infos pratiques

- > ECTS : 4.5
- > Nombre d'heures : 24.0
- > Niveau d'étude : BAC +5
- > Période de l'année : Enseignement neuvième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Cours magistral
- > Campus : Campus de Nanterre
- > Composante : Philo, Info-Comm, Langages, Littératures & Arts du spectacle
- > Code ELP : 4LgIR05P
- > En savoir plus : Informations à venir

Présentation

Ce séminaire permettra d'approfondir les enjeux de la communication et de la création visuelle selon un point de vue pluridisciplinaire (design, sémiotique, philosophie, sociologie, etc.). A travers la lecture de textes et l'analyse de cas pratiques, il vise à développer une réflexion collective sur l'importance des aspects visuels dans les pratiques informationnelles et communicationnelles. Selon les années, il pourra prendre des formes différentes. Il pourra s'étendre sur l'année ou être structuré sous forme de sprint sur une semaine d'immersion. Ce cours est organisé en collaboration avec l'EUR ArTec (Arts, Technologies, Médiations) et avec l'INAthèque (l'archive de l'audiovisuel français) comme module innovant pédagogique.

Objectifs

Ce cours vise à l'approfondissement des approches théoriques de la communication et création visuelle, ainsi que leurs applications dans le secteur de l'information et de la communication. Il vise en particulier à approfondir le concept d'imaginaire technologique.

Évaluation

M3C en session unique

- * Régime standard intégral – avec évaluation continue (au moins 2 notes)
- * Participation (20%)
- * Présentation d'un travail de recherche (40%)
- * Devoir sur table (40%)

Pré-requis nécessaires

- * Notions des théories de l'information

Compétences visées

- * Connaître les principaux enjeux et principales théories de la communication et de la création visuelle
- * Connaître les techniques principales d'analyse sémiotique des supports communicationnels
- * Identifier, sélectionner et s'appropriier les informations adaptées à l'étude d'une problématique communicationnelle contemporaine dans ses diverses dimensions (technologique, économiques, sociale, culturelle, de gouvernance, etc...)

Bibliographie

Bertin, J. (1967) *Sémiologie graphique*. Paris, Mouton/Gauthier-Villars.

Manovich, L. (2018). *AI aesthetics*. Moscow, Russia: Strelka Press.

Maestrutti, M. (2011). Techno-imaginaires du corps à l'ère des technosciences. Art contemporain et utopie de la transformation. *Cahiers de recherche sociologique*, (50), 77-95.

Une liste des lectures complémentaires sera donnée pendant le cours sur la base des échanges avec les étudiants.

Ressources pédagogiques

Une liste de ressources sera donnée pendant le cours sur la base des échanges avec les étudiants.

Contact(s)

> Marta Severo

Responsable pédagogique
msevero@parisnanterre.fr

Modélisation, représentation et données

[Retour au programme détaillé](#)

Infos pratiques

- > ECTS : 4,5
- > Nombre d'heures : 24,0
- > Période de l'année : Enseignement neuvième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Cours magistral
- > Campus : Campus de Nanterre
- > Composante : Philo, Info-Comm, Langages, Littératures & Arts du spectacle
- > Code ELP : 4LgIFo8P
- > En savoir plus : Information à venir

Présentation

Ce séminaire permettra d'approfondir les enjeux de la modélisation, de la représentation de l'information et de l'interopérabilité des données à l'ère numérique. A travers la lecture de textes et l'analyse de cas pratiques, il vise à développer une réflexion collective sur l'importance d'établir des modèles, des jeux de métadonnées, des langages, des normes et des standards communs pour assurer la circulation et la réutilisation de l'information et des données notamment pour les humanités numériques et les institutions culturelles. Selon les années, le séminaire pourra s'organiser différentes manières : en séances régulières sur l'année ou sous forme de sprint d'une semaine en immersion avec d'autres étudiants et chercheurs. Ce cours sera organisé en collaboration avec INHA (*Institut national d'histoire de l'art*).

Objectifs

Ce cours vise l'approfondissement des approches théoriques des sciences de l'information et du document. Il vise en particulier à approfondir le concept d'interopérabilité pour la valorisation, le partage et la circulation de l'information et des données.

Évaluation

M3C en session unique

- * Régime standard intégral – avec évaluation continue (au moins 2 notes)
- * Fiche individuelle de participation (20%)
- * Présentation d'un travail de recherche (80%)

Pré-requis nécessaires

Avoir suivi les enseignements du Master 2 DEFI.

Compétences visées

- * Découvrir des problématiques de recherche actuelles en sciences de l'information et en humanités numériques
- * S'initier à la lecture d'articles scientifiques et à la méthodologie de recherche.
- * Présenter et mettre en discussion et participer à des recherches en cours

Bibliographie

Une bibliographie sera transmise aux étudiants au cours des séances et sera également disponible sur Cours en ligne.

Ressources pédagogiques

(hors bibliographie) :

Une liste de ressources pédagogiques sera transmise aux étudiants au cours des séances et sera également disponible sur Cours en ligne.

Contact(s)

> **Camille Claverie**

Responsable pédagogique
cclaveri@parisnanterre.fr

> **Antoine Courtin**

Responsable pédagogique
antoine.c@parisnanterre.fr

Open data et science ouverte

[Retour au programme détaillé](#)

Infos pratiques

- > ECTS : 4.5
- > Nombre d'heures : 24.0
- > Période de l'année : Enseignement neuvième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Cours magistral
- > Ouvert aux étudiants en échange : Oui
- > Campus : Campus de Nanterre
- > Composante : Philo, Info-Comm, Langages, Littératures & Arts du spectacle
- > Code ELP : 4LgIS05P
- > En savoir plus : Information à venir

Présentation

Ce cours est organisé en deux parties. D'abord, il présentera les approches théoriques liées à l'open data et à la science ouverte, avec une attention particulière pour le mouvement des biens communs. Les étudiants pourront approfondir les dynamiques sociétales, politiques et économiques liées à la diffusion de l'open data.

Dans une deuxième partie, les étudiants pourront découvrir un point de vue pratique sur la production et la gestion d'open data. Le cours présentera un certain nombre d'outils pour produire et gérer des données ouvertes ainsi que leur intégration dans la chaîne de valorisation des données.

Objectifs

Ce cours vise à la compréhension des phénomènes de l'open data et de la science ouverte et à la maîtrise des outils pour produire et gérer un jeu de données ouvertes.

Évaluation

M3C en session unique

- * Régime standard intégral – avec évaluation continue (au moins 2 notes)
 - * Devoir sur table, 2h, 50 %
 - * Exercices pendant les séances, 20 %

Pré-requis nécessaires

- * Notions de droit
- * Traitement de données

Compétences visées

- Comprendre les dynamiques sociales, politiques et économiques liées à l'open data et à la science ouverte
- Connaître les dispositifs juridiques et économiques existants dans ce secteur
- Maîtriser les outils et les techniques pour ouvrir un jeu de données
- Identifier et gérer des situations professionnelles qui nécessitent une analyse des dynamiques liées à la valorisation de données ouvertes

Bibliographie

Denis, Jérôme, and Samuel Goëta. "Les facettes de l'Open Data: émergence, fondements et travail en coulisses." (2017).

Mabi, Clément. "La plate-forme «data. gov. fr» ou l'open data à la française." *Informations sociales* 5 (2015): 52-59.

Mahé, A., & Prime-Claverie, C. (2017). Science ouverte et présence numérique des chercheurs en sciences humaines et sociales. *Document numérique*, 20(2), 79-96.

Ressources pédagogiques

Une liste de ressources sera donnée pendant le cours sur la base des échanges avec les étudiants.

Contact(s)

> **Dario Compagno**

Responsable pédagogique

dcompagno@parisnanterre.fr

UE Développer ses compétences linguistiques

[Retour au programme détaillé](#)

Infos pratiques

> ECTS : 3.0

Liste des enseignements

- UE Anglais
- Communication internationale (anglais)

UE Anglais

[Retour au programme détaillé](#)

Infos pratiques

- > ECTS : 3.0
- > Composante : Philo, Info-Comm, Langages, Littératures & Arts du spectacle

Liste des enseignements

- Communication internationale (anglais)

Communication internationale (anglais)

[Retour au programme détaillé](#)

Infos pratiques

- > ECTS : 3.0
- > Nombre d'heures : 24.0
- > Langue(s) d'enseignement : Anglais
- > Période de l'année : Enseignement neuvième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Travaux dirigés
- > Ouvert aux étudiants en échange : Oui
- > Campus : Campus de Nanterre
- > Composante : Philo, Info-Comm, Langages, Littératures & Arts du spectacle
- > Code ELP : 4LgIR06P
- > En savoir plus : Informations à venir

Présentation

Le cours, qui sera réalisé en anglais, vise à présenter les enjeux de la communication au niveau international. En particulier, il mettra l'accent sur les dynamiques de globalisation du monde de l'information et de la communication. Le cours a également pour objectif le perfectionnement des compétences en matière de compréhension et d'expression, tant orales et qu'écrites, de l'anglais professionnel. Différentes situations de communication professionnelle seront proposées.

Objectifs

Le cours a un double objectif : l'approfondissement des enjeux de la communication au niveau international ; et le perfectionnement des compétences en matière de compréhension et d'expression, tant orales et qu'écrites, de l'anglais professionnel.

Évaluation

M3C en session unique

- * Régime standard intégral – avec évaluation continue (au moins 2 notes)
- * Participation (10%)
- * Exercices pendant les séances (50%)
- * Devoir sur table (40%)

Pré-requis nécessaires

- * Notions d'anglais (B2)
- * Savoir lire des articles en anglais

Compétences visées

- * Connaître les structures principales d'expression orale en anglais utiles dans le monde professionnel de la communication
- * Connaître les structures principales d'expression écrite en anglais utiles dans le monde professionnel de la communication
- * Identifier et gérer des situations professionnelles qui nécessitent la maîtrise de l'anglais

Bibliographie

Une liste des lectures en anglais sera donnée pendant le cours sur la base des échanges avec les étudiants.

Ressources pédagogiques

Une liste de ressources sera donnée pendant le cours sur la base des échanges avec les étudiants (hors bibliographie).

Contact(s)

> **Marta Severo**

Responsable pédagogique
msevero@parisnanterre.fr

UE S'investir pour son université et dans son projet professionnel

[Retour au programme détaillé](#)

Infos pratiques

> ECTS : 1.5

Liste des enseignements

- UE Projet collaboratif
- Projet collaboratif

UE Projet collaboratif

[Retour au programme détaillé](#)

Infos pratiques

- > ECTS : 1.5
- > Composante : Philo, Info-Comm, Langages, Littératures & Arts du spectacle

Liste des enseignements

- Projet collaboratif

Projet collaboratif

[Retour au programme détaillé](#)

Infos pratiques

- > ECTS : 1.5
- > Nombre d'heures : 12.0
- > Période de l'année : Enseignement neuvième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Travaux dirigés
- > Campus : Campus de Nanterre
- > Composante : Philo, Info-Comm, Langages, Littératures & Arts du spectacle
- > Code ELP : 4LgIR07P
- > En savoir plus : Information à venir

Présentation

Le projet collaboratif est une modalité de travail pédagogique qui consiste en une mise en situation professionnelle de l'étudiant, réalisée en mode projet, au sein d'un groupe d'étudiants, sous la responsabilité d'un enseignant tuteur. Le projet collaboratif s'étend sur toute la durée du master (sur les deux semestres de première année et le premier semestre de la deuxième année). Le projet pourra changer d'une année à l'autre, mais de manière générale, il visera à valoriser la vie du master : organisation de la remise des diplômes, organisation d'un voyage d'étude, alimentation du blog de la formation.

Objectifs

Le projet collaboratif offre aux étudiants un cadre pédagogique et pré-professionnel qui leur donne l'occasion de renforcer leur capacité à travailler en équipe en distribuant tâches et responsabilités. Il leur permet d'apprendre à mutualiser, à coopérer et à s'engager dans une démarche collective et individuelle de développement professionnel.

Évaluation

M3C en session unique

- * Régime standard intégral :
Validation d'acquis

Compétences visées

- * Travailler en équipe autant qu'en autonomie et responsabilité au service d'un projet
- * Se mettre en recul d'une situation, s'auto évaluer et se remettre en question pour apprendre.
- * Cerner les phénomènes et les dispositifs communicationnels et leur agencement, ainsi que les processus de médiation et de médiatisation, pour concevoir des dispositifs et des environnements informationnels et communicationnels.

- * Choisir et appliquer une combinaison d'outils, de méthodes et de techniques adaptés pour concevoir et réaliser des dispositifs d'information et de communication.

Contact(s)

> Marta Severo

Responsable pédagogique
msevero@parisnanterre.fr

UE Maîtriser un domaine et ses méthodes

[Retour au programme détaillé](#)

Infos pratiques

> ECTS : 15,0

Liste des enseignements

- UE Communication et stratégie numérique 2
 - Communication publique et politique
 - Production et écriture audiovisuelle
- UE Compétences techniques 2
 - Atelier de communication rédactionnelle 2
 - Atelier de com rédactionnelle B

UE Communication et stratégie numérique 2

[Retour au programme détaillé](#)

Infos pratiques

- > ECTS : 9,0
- > Composante : Philo, Info-Comm, Langages, Littératures & Arts du spectacle

Liste des enseignements

- Communication publique et politique
- Production et écriture audiovisuelle

Communication publique et politique

[Retour au programme détaillé](#)

Infos pratiques

- > ECTS : 3.0
- > Nombre d'heures : 24.0
- > Langue(s) d'enseignement : Français
- > Période de l'année : Enseignement dixième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Travaux dirigés
- > Ouvert aux étudiants en échange : Oui
- > Campus : Campus de Nanterre
- > Composante : Philo, Info-Comm, Langages, Littératures & Arts du spectacle
- > Code ELP : 4L0IR01P
- > En savoir plus : Information à venir

Présentation

Ce cours permettra d'approfondir les dynamiques de communication publique, c'est à dire la communication d'intérêt général émise par les administrations, les collectivités territoriales et les organismes publics. Cette communication touche à tous les domaines de la vie quotidienne. Elle est assurée par des professionnels qui travaillent dans les institutions ou à leur service, et qui contribuent au bon fonctionnement du service public.

Le cours présentera l'histoire, les notions et les acteurs clés de cette communication. Des cas d'études liés aux secteurs des industries culturelles et créatives seront approfondis.

Objectifs

Ce cours vise à la maîtrise des enjeux fondamentaux de la communication publique et de l'emploi de dispositifs d'information et de communication dans ce secteur.

Évaluation

M3C en session unique

- * Régime standard intégral – avec évaluation continue :
- * Participation (20%)
- * Devoir sur table 2h (80%)

Pré-requis nécessaires

- notions des théories de l'information
- notions des théories de la communication

Compétences visées

- * Identifier et caractériser les acteurs individuels et institutionnels de la communication publique pour situer les dispositifs d'information et de communication collaboratifs dans leur environnement politique, économique et social.
- * Identifier les dispositifs d'information et de communication employés dans le secteur de la communication publique
- * Identifier et gérer des situations complexes à travers l'analyse de stratégies de communication publique

Bibliographie

- * Mégard, Dominique. *La communication publique et territoriale*. Dunod, 2012.
- * Pasquier, Martial. *Communication publique*. De Boeck, 2011.
- * Zémor, Pierre. *La communication publique*. Vol. 2940. Presses Universitaires de France-PUF, 2005.

D'autres lectures seront données pendant le cours sur la base des échanges avec les étudiants

Ressources pédagogiques

Une liste de ressources sera donnée pendant le cours sur la base des échanges avec les étudiants (hors bibliographie).

Contact(s)

> Marta Severo

Responsable pédagogique
msevero@parisnanterre.fr

Production et écriture audiovisuelle

[Retour au programme détaillé](#)

Infos pratiques

- > ECTS : 6.0
- > Nombre d'heures : 36.0
- > Période de l'année : Enseignement dixième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Travaux dirigés
- > Campus : Campus de Nanterre
- > Composante : Philo, Info-Comm, Langages, Littératures & Arts du spectacle
- > Code ELP : 4L0IR02P
- > En savoir plus : Informations à venir

Présentation

Ce cours présente le vocabulaire, les techniques et les outils de l'audiovisuel, notamment pour l'écriture et le montage. Il est organisé en deux parties. Dans première partie, il présente une introduction aux langages, aux techniques et aux pratiques de l'audiovisuel. Les étudiants y découvrent les outils et notions fondamentales et sont amenés en groupe à prendre en charge la conception d'une création audiovisuelle.

Dans la deuxième partie, le cours vise à présenter les principaux acteurs du monde télévisuel français. Pendant le cours, les étudiants apprendront à écrire un scénario pour la télévision.

Objectifs

Ce cours vise à la maîtrise du vocabulaire, des techniques et des outils de l'audiovisuel, notamment pour l'écriture et le montage. L'écriture pour la télévision sera approfondie.

Évaluation

M3C en session unique

- * Régime standard intégral – avec évaluation continue (au moins 2 notes)
- * Participation (20%)
- * Travaux dirigés (40%)
- * Devoir sur table (40%)

Pré-requis nécessaires

- * Outils de communication
- * Bureautique
- * PAO 1

Compétences visées

- * Maîtriser les enjeux principaux de la communication audiovisuelle
- * Mobiliser les concepts relatifs aux processus, productions, objets et usages de l'écriture audiovisuelle
- * Choisir, appliquer et maîtriser une combinaison d'outils, de méthodes et de techniques adaptés à la création audiovisuelle

Bibliographie

Une sélection d'articles scientifiques et de documents techniques sera fournie aux étudiants au fil des séances

Ressources pédagogiques

Une liste de ressources sera donnée pendant le cours sur la base des échanges avec les étudiants (hors bibliographie).

Contact(s)

> **Marta Severo**

msevero@parisnanterre.fr

UE Compétences techniques 2

[Retour au programme détaillé](#)

Infos pratiques

- > ECTS : 6.0
- > Composante : Philo, Info-Comm, Langages, Littératures & Arts du spectacle

Liste des enseignements

- Atelier de communication rédactionnelle 2
- Atelier de com rédactionnelle B

Atelier de communication rédactionnelle 2

[Retour au programme détaillé](#)

Infos pratiques

- > ECTS : 3.0
- > Nombre d'heures : 24.0
- > Période de l'année : Enseignement dixième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Travaux dirigés
- > Campus : Campus de Nanterre
- > Composante : Philo, Info-Comm, Langages, Littératures & Arts du spectacle
- > Code ELP : 4L0IR03P
- > En savoir plus : Informations à venir

Présentation

Ce cours vise à approfondir les techniques d'écriture et apprendre les techniques de rédaction d'articles (brèves, comptes-rendus). Il s'agit de maîtriser la transformation en article d'une sélection d'informations, en adaptant la structure du plan et le choix du vocabulaire, d'adopter le style adéquat au média (print ou web, mais aussi presse d'information ou magazines). Les formats rédactionnels suivants seront particulièrement étudiés : portrait ; dépêche et communiqué de presse. L'analyse de l'actualité se fera à travers des exposés et des questionnaires hebdomadaires.

Contact : Martin LEPRINCE

Objectifs

Ce cours vise à l'approfondissement des techniques d'écriture et à la maîtrise des techniques de rédaction d'articles.

Évaluation

M3C en session unique

- * Régime standard intégral – avec évaluation continue (au moins 2 notes)
- * Participation (20%)
- * Exercices pendant les séances (80%)

Pré-requis nécessaires

- * Atelier de communication rédactionnelle 1 ou compétences équivalentes de pratique rédactionnelle

Compétences visées

- * Connaître les principales techniques d'écriture utilisées dans le domaine journalistique

- * Maîtriser les techniques principales d'écriture d'articles en adaptant le style et le format en fonction du média concerné
- * Identifier et gérer des situations professionnelles qui nécessitent une veille et analyse de l'actualité

Examens

Informations à venir

Bibliographie

Une liste de lectures sera donnée pendant le cours sur la base des échanges avec les étudiants.

Ressources pédagogiques

Une liste de ressources sera donnée pendant le cours sur la base des échanges avec les étudiants (hors bibliographie).

Contact(s)

> **Marta Severo**

Responsable pédagogique
msevero@parisnanterre.fr

Atelier de com rédactionnelle B

[Retour au programme détaillé](#)

Infos pratiques

- > ECTS : 3.0
- > Nombre d'heures : 24.0
- > Période de l'année : Enseignement dixième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Travaux dirigés
- > Ouvert aux étudiants en échange : Oui
- > Campus : Campus de Nanterre
- > Composante : Philo, Info-Comm, Langages, Littératures & Arts du spectacle
- > Code ELP : 4LoIR04P
- > En savoir plus : Information à venir

Présentation

Le cours vise à présenter les enjeux théoriques et pratiques du journalisme de données, un mouvement visant à renouveler le journalisme par l'exploitation de données statistiques et la mise à la disposition de celles-ci au public à travers de nouvelles formes de visualisation de l'information. D'un point de vue théorique, le cours présentera les origines de ce mouvement et le lien actuel avec les phénomènes de la désinformation et du *fact-checking*. D'un point de vue pratique, les étudiants développent leur maîtrise des principales techniques d'écriture et des outils de traitement et de visualisation de données spécifiques au domaine.

Objectifs

Ce cours vise à l'approfondissement des enjeux théoriques du journalisme de données et à la maîtrise des techniques de rédaction d'articles et de création de datavisualisation.

Évaluation

M3C en session unique

- * Régime standard intégral – avec évaluation continue :
- * Participation (20%)
- * Exercices pendant les séances (40%)
- * Devoir sur table (40%)

Pré-requis nécessaires

- * Atelier de communication rédactionnelle 1 ou compétences équivalentes de pratique rédactionnelle

Compétences visées

- * Connaître les principales techniques d'écriture utilisées dans le journalisme de données
- * Maîtriser les techniques principales de traitement et visualisation de données pour le journalisme
- * Identifier et gérer des situations professionnelles qui nécessitent une veille et analyse des phénomènes liés à la désinformation et au *fact-checking*

Examens

Information à venir

Bibliographie

Badouard, R. (2017). *Le désenchantement de l'internet. Désinformation, rumeur et propagande*. FYP éditions.

Parasie, S., & Dagiral, É. (2013). Des journalistes enfin libérés de leurs sources? Promesse et réalité du "journalisme de données". *Sur le journalisme, About journalism, Sobre jornalismo*, 2(1), 52-63.

Gray, J., & Kayser-Bril, N. (2013). *Guide du datajournalisme: Collecter, analyser et visualiser les données*. Editions Eyrolles.

Une liste de lectures complémentaires sera donnée pendant le cours sur la base des échanges avec les étudiants

Ressources pédagogiques

Une liste de ressources sera donnée pendant le cours sur la base des échanges avec les étudiants (hors bibliographie).

Contact(s)

> **Marta Severo**

Responsable pédagogique
msevero@parisnanterre.fr

UE Se former en milieu professionnel

[Retour au programme détaillé](#)

Infos pratiques

- > ECTS : 15.0
- > Composante : Philo, Info-Comm, Langages, Littératures & Arts du spectacle

Liste des enseignements

- UE Mémoire et stage
 - Méthdologie de la recherche 2
 - Stage et mémoire

UE Mémoire et stage

[Retour au programme détaillé](#)

Infos pratiques

- > ECTS : 15.0
- > Composante : Philo, Info-Comm, Langages, Littératures & Arts du spectacle

Liste des enseignements

- Méthdologie de la recherche 2
- Stage et mémoire

Méthodologie de la recherche 2

[Retour au programme détaillé](#)

Infos pratiques

- > ECTS : 3.0
- > Nombre d'heures : 24.0
- > Période de l'année : Enseignement dixième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Travaux dirigés
- > Ouvert aux étudiants en échange : Oui
- > Campus : Campus de Nanterre
- > Composante : Philo, Info-Comm, Langages, Littératures & Arts du spectacle
- > Code ELP : 4L0IR05P
- > En savoir plus : Information à venir

Présentation

Ce cours constitue un accompagnement à la recherche scientifique et à l'écriture du mémoire. Les étudiants renforceront leurs capacités à gérer les différentes phases de la recherche : préciser questions et problématiques de recherche, formuler des hypothèses, développer une méthodologie adaptée, expliciter un plan d'enquête, analyser les résultats, définir une position par rapport au sujet. L'état de l'art établi à l'occasion de ce travail devra intégrer des références anglophones

Objectifs

Ce cours vise à la maîtrise des différentes phases d'une recherche scientifique, des techniques de recherche documentaire et de constitution d'une bibliographie en français et en anglais.

Évaluation

M3C en session unique

- * Régime standard intégral – avec évaluation continue (au moins 2 notes)
- * Participation (20%)
- * Exercices pendant les séances (80%)

Pré-requis nécessaires

- * Avoir suivi les cours du S1 du M2

Compétences visées

- * Connaître les principales phases de la recherche scientifique

- * Connaître les techniques d'écriture d'un mémoire de la formation des hypothèses à la définition d'un protocole méthodologique jusqu'à son application.
- * Maîtriser les techniques de recherche documentaire avec des bases de données internationales

Examens

Information à venir

Bibliographie

Une liste de lectures sera donnée pendant le cours sur la base des échanges avec les étudiants.

Ressources pédagogiques

Une liste de ressources sera donnée pendant le cours sur la base des échanges avec les étudiants (hors bibliographie).

Contact(s)

> Marta Severo

Responsable pédagogique
msevero@parisnanterre.fr

Stage et mémoire

[Retour au programme détaillé](#)

Infos pratiques

- > ECTS : 12.0
- > Période de l'année : Enseignement dixième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Travail personnel
- > Campus : Campus de Nanterre
- > Composante : Philo, Info-Comm, Langages, Littératures & Arts du spectacle
- > Code ELP : 4L0IR06P
- > En savoir plus : Information à venir

Présentation

D'une durée de 12 semaines au moins, le stage est obligatoire et fait l'objet d'une convention entre l'université et un organisme privé ou public. Le choix du stage par l'étudiant(e) est soumis à l'approbation de la responsable de la formation. La convention est signée alors par les trois parties (étudiant(e), entreprise, université) avant le début du stage, l'étudiant(e) devant fournir une attestation de responsabilité civile. Le stage peut être réalisé dans tout type de structure : entreprise, association, institutions etc. Les missions doivent être en lien avec le parcours de master. L'étudiant devra rédiger un mémoire de stage et le présenter lors d'une soutenance.

Objectifs

Le stage vise à favoriser la connaissance du monde professionnel, la rencontre avec les acteurs socioéconomiques du domaine de la communication numérique, de la rédaction web et du *community management*. L'étudiant.e devra se voir confier une mission lui permettant de mettre en pratique ses connaissances.

Le mémoire de stage vise à consolider les compétences de rédaction et de mise en forme d'un texte d'approfondissement répondant aux spécificités de ce type d'écrits.

Évaluation

M3C en session unique

- * Régime standard intégral – avec évaluation continue (au moins 2 notes)
- * Mémoire de stage : 70%
- * Soutenance : 30%

Pré-requis nécessaires

- * Avoir suivi les enseignements du S1 du M1

Compétences visées

- * Situer son rôle et sa mission au sein d'une organisation pour s'adapter et prendre des initiatives
- * Identifier le processus de production, de diffusion et de valorisation des messages audiovisuels et multimédia.
- * Respecter les principes d'éthique, de déontologie et de responsabilité de l'entreprise et de son secteur d'activité
- * Travailler en équipe autant qu'en autonomie et responsabilité au service d'un projet.

Contact(s)

> **Marta Severo**

Responsable pédagogique

msevero@parisnanterre.fr