2022-23

Faculté des Humanités

LES MINEURES

UCO BRETAGNE SUD
UNIVERSITÉ CATHOLIQUE DE L'OUEST

PORTES OUVERTES

SAMEDIS
28 JANV.
4 MARS
de 9h30 à 17h

7 MINEURES

7 mineures

- CULTURE ET ENJEUX PATRIMONIAUX
- ÉCONOMIE, COMMUNICATION ET MANAGEMENT
- JOURNALISME ET PRODUCTION ÉDITORIALE
- LANGUES ET CULTURES
- SCIENCES POLITIQUES
- COMMUNICATION ÉVÉNEMENTIELLE ET RELATIONS PUBLIQUES
- CONCEPTION WEB, DESIGN ET INNOVATION

Au sein de la faculté des Humanités, l'UCO Bretagne-Sud propose 3 mentions de licence (ou majeures) : Information et Communication, Langues et Histoire.

En plus de ces enseignements, l'UCO Bretagne-Sud propose à **chaque semestre le choix d'une mineure (ou parcours) parmi 7.**

Organisation des études sur 3 ans :

Grâce à l'articulation entre majeure (mention) et mineure (parcours-type), l'étudiant est susceptible de pouvoir changer de mineure à l'issue du premier semestre ou du second semestre de la première année de licence, et d'intervertir majeure et mineure, dans le cas où cela est possible.

Université Catholique de l'Ouest Bretagne-Sud / Campus du Vincin / 56610 Arradon /
02 97 46 33 60 / **www.vannes.uco.fr**

COMMUNICATION ÉVÉNEMENTIELLE ET RELATIONS PUBLIQUES

MINEURE

Comprendre les enjeux de la com événementielle aujourd'hui mais aussi apprendre la maîtrise et l'utilisation des dispositifs médiatiques appliqués à cet environnement et ses dernières évolutions (utilisation du numérique : site internet, audiovisuel, réseaux sociaux).
Développer un projet professionnel lié à la com territoriale et à la com des organisations.
Acquérir les bases de la com politique par le biais des relations publiques.

60 h.
8 ECTS
par semestre

ANNÉE 1

SEMESTRE 1

FONDAMENTAUX
- Histoire de l'événementiel : fonctions sociales, culturelles, politiques et économiques.
- Approche globale/théorique de la communication événementielle.
- Analyse du lexique de l'événementiel i.e. connaître les fondamentaux et vocabulaire du secteur événementiel.

ANALYSE DES DISPOSITIFS MÉDIATIQUES
- Production et mise en scène de l'information dans différents dispositifs médiatiques contemporains et outils pour l'analyse des contenus de ces dispositifs.
- Formalisation de ces contenus pour chaque médium et leur réception.

SEMESTRE 1

PRATIQUES RÉDACTIONNELLES MULTIMÉDIA
- Enjeux de l'évolution du Web et du Print qui a apporté une nouvelle dimension à l'écrit. (Techniques de l'écrit, diversité et évolutions couvrent désormais un large spectre multimédia)
- Structuration de l'information (contraintes et supports).
- Techniques rédactionnelles : les différents types d'écrits - presse et communication - (textes informatifs, argumentatifs, à visée commerciale et incitatifs, reportages, brèves, enquêtes, dossiers, interviews).
- Adaptation d'un texte en fonction du destinataire, du message et du support.
- Connaître les critères de qualité : cohérence, efficacité et style.

TYPOLOGIE ET ACTEURS DE L'ÉVÉNEMENTIEL
- Élaboration d'une typologie des événements et des secteurs d'activités : digitaux, collectivités locales, entreprises.
- Principaux domaines et acteurs du secteur événementiel (public, privé, associatif).
- Se repérer et catégoriser les événements pour mieux en évaluer leurs enjeux et leur complexité.

SEMESTRE 2

POLITIQUES CULTURELLES ET DÉVELOPPEMENT DE PROJETS
- Principales politiques culturelles publiques françaises et étrangères et enjeux du développement des événements culturels en lien avec les territoires : structures de diffusion et de production, aides, subventions, acteurs de la culture et du patrimoine...
- Méthodes de créativité (producteur d'idée et concepteur innovant) et de la scénographie de l'événementiel (mise en sens et mise en scène).

DIAGNOSTIC ET PRATIQUES D'ENQUÊTES
- Éléments méthodologiques pour le recueil d'information, l'interprétation et l'analyse appliquées à l'événementiel.
- Démarches d'investigation, définition des populations et modalités d'échantillonnage, maîtrise de la construction d'une investigation par questionnaire.
- Utilisation Logiciel Modalisa ou Sphinx.

SEMESTRE 2

RELATIONS PUBLIQUES, VEILLE ET RÉSEAUX
- Définition des fonctions humaines, sociales et organisationnelles des relations publiques et de ses modes d'intervention. Présentation des origines historiques des relations publiques.
- Méthodes de veille et d'analyse des médias traditionnels et du web (Étude de cas précis : réputation et visibilité d'une organisation, revue de presse des médias traditionnels, numériques et sociaux, contenu médiatique issu des flux RSS).

OUTILS NUMERIQUES : INFOGRAPHIE ET WEB DESIGN
- Création infographique et Design appliqué à l'événementiel (utilisation de logiciels dédiés, étude de cas).
- Développement de compétences techniques concernant des méthodes de création graphique, adaptées à des contextes événementiels en lien avec les techniques de gestion du web.

ANNÉE 2

SEMESTRE 3

STRATÉGIE ÉVÉNEMENTIELLE ET PLAN MÉDIA
- Au sein des politiques de communication des organisations, particularités selon les acteurs concernés (entreprises ou collectivités territoriales).
- Méthodes de diagnostic/d'élaboration de ces stratégies, mise en œuvre (rétro-planning, plan média...).

PUBLICS DE L'ÉVÉNEMENT ET OUTILS D'ÉVALUATION
À partir des réflexions de la sociologie de la réception et des publics et de la culture :
- Évaluation des événements, analyse qualitative des publics.
- Enjeux des avis de ces publics et des techniques mises en place pour y parvenir.

SEMESTRE 3

COMMUNICATION DES ONG ET DES ASSOCIATIONS
- Présentation et définition de ses spécificités.
- Enjeux de la communication des ONG, de sa professionnalisation, des liens avec le monde médiatique et les agences.
- Recul critique sur la construction des discours humanitaires et stratégies d'acteurs dans le domaine associatif.

OUTILS AUDIOVISUELS
- Création de production audiovisuelle (utilisation de logiciels dédiés. Développement de compétences techniques pour la création audiovisuelle liées aux contextes événementiels (web, diffusion).

SEMESTRE 4

MARKETING TERRITORIAL ET COMMUNICATION
- Enjeux du marketing territorial, autour des notions d'attractivité du territoire.
- Techniques permettant de construire le rayonnement d'un territoire, d'attirer, d'une manière ponctuelle ou permanente, des personnes et des capitaux.
- Souligner les liens, problématiques, entre communication publique et marketing territorial.

ACTEURS ET ENJEUX DE LA COMMUNICATION POLITIQUE
- La communication politique : en quoi l'histoire et l'anthropologie montrent que le politique est inséparable de la mobilisation de ressources communicationnelles qui en assurent la légitimité.
- Études des rapports entre hommes politiques et professionnels de la communication politique, stratégies en période électorale (étude de l'importation dans le domaine politique de méthodes du marketing).
- Analyse de la relation qu'entretiennent ces professionnels avec les citoyens dans les espaces publics médiatiques, comme la communication politique par les réseaux sociaux numériques.

SEMESTRE 4

GESTION DE PROJETS ÉVÉNEMENTIELS
- Concevoir, piloter et organiser un projet de communication événementielle : problématisation, objet, cahier des charges, conception, partenariat, budget, relations presse, communication, marketing, sécurité, évaluation, planification pour les différents acteurs.

OUTILS DES RELATIONS PUBLIQUES ET PRESSE
- Concepts et enjeux des relations publiques et des relations presse. Leur rôle dans les étapes de conception d'un plan de communication, dans la rédaction de discours, dans l'organisation d'événements.
- Focalisation sur la communication média et les relations presse de l'événementiel (plan de communication, création publicitaire, média planning, les outils des RP, conférence de presse, communiqué de presse).

ANNÉE 3

SEMESTRE 5

COMMUNICATION CORPORATE, MÉCÉNAT ET SPONSORING
- La communication Corporate (valeurs, image), le mécénat et le sponsoring en particulier : enjeux et mise en œuvre.
- Concevoir une politique de mécénat et de sponsoring pour une entreprise : quels sont les critères à prendre en compte ? En quoi cela s'inscrit-il dans la stratégie globale et de communication de l'organisation dans un contexte contemporain où l'organisation ne communique plus seulement sur les biens qu'elle produit ni sur les services qu'elle fournit mais sur des valeurs.

COMMUNICATION D'INFLUENCE, LOBBYING (DÉFINITION, PRATIQUES, ÉTHIQUE)
- La communication d'influence depuis son origine et ses développements récents notamment (bouleversements liés à l'importance des réseaux sociaux dans l'espace public).
- Les acteurs et principales stratégies de lobbying. Spécificités de leurs actions en fonction du secteur et des destinataires. Rappeler leurs enjeux éthiques.

SEMESTRE 5

PRÉPARATION AU PROJET DE FIN D'ÉTUDES
- Méthodes et techniques de gestion de projet universitaire et préprofessionnel, à travers l'exemplification et l'étude de cas.
- Cadrage pour sécuriser le lancement du projet de fin d'études au semestre suivant et préparation aux éventuelles questions et difficultés.
- Méthodologie et outils pour le montage et la réalisation d'un projet événementiel : apprendre à ordonnancer un projet.

STRATÉGIES DIGITALES APPLIQUÉES À L'ÉVÉNEMENTIEL
- Connaissance des stratégies numériques (web et social média) dans le domaine de l'événementiel, comme outil complémentaire aux moyens déployés dans la mise en communication d'un événement.
- Développement de la notion de Digital Event.

SEMESTRE 6

PROJET DE FIN D'ÉTUDES RÉALISATION I & II
- Mise en pratique des enseignements : projet de création d'une communication événementielle.
- Réalisation complète d'un projet événementiel (cahier des charges), soit à l'initiative d'un donneur d'ordre/une commande soit à l'initiative du groupe-projet et donnant lieu à la validation de la fin du parcours-type.

À L' ENCRE BLEUE 02 97 68 14 35 - RCS VANNES 481 833 531 - 09/2021 - © Unsplash / Istock - Les informations de ce document sont non contractuelles et publiées uniquement à titre informatif.

MINEURE

CULTURE ET ENJEUX PATRIMONIAUX

60 h.
8 ECTS
par semestre

Acquérir un socle de connaissances autour des arts (histoire de l'art, cinéma, musique), des institutions culturelles, de leur histoire (française et européenne). Préparer un projet professionnel lié aux métiers du secteur culturel grâce à des enseignements sur le terrain et à la constitution d'un réseau par l'intermédiaire des enseignants issus du monde professionnel.

ANNÉE 1

SEMESTRE 1

HISTOIRE DES POLITIQUES CULTURELLES

- Évolution des politiques culturelles en France, de la Révolution à nos jours.
- Place de la culture et son action au sein de la société.
- Enjeux et débats animant la réflexion culturelle contemporaine.

SEMESTRE 1

INITIATION AUX PATRIMOINES

- Panorama des acteurs institutionnels qui élaborent les politiques du patrimoine.
- Découverte des dispositifs, labels, réseaux et organisations concourant à la valorisation du patrimoine culturel et naturel.

DÉCOUVERTE DU MILIEU CULTUREL LOCAL

- Identifications des représentants des structures culturelles en région grâce aux TD.
- Rencontres sur le terrain des différents acteurs et professionnels du monde de la culture.

SEMESTRE 2

INTRODUCTION À L'HISTOIRE DU PATRIMOINE

- Circonstances historiques et sociales qui ont conduit à l'invention des notions de « monument historique, patrimoine, bien culturel » depuis le XVIIIe jusqu'à l'émergence des « nouveaux patrimoines ».
- Enjeux qui se cachent derrière la volonté de préserver un patrimoine, de le conserver et de le mettre en valeur.

LIEUX ET OBJETS DU PATRIMOINE

- Approfondissement des problématiques sur le patrimoine : présentation des cas pratiques.
- Échanges, in situ, avec des professionnels afin de découvrir des lieux et des objets du patrimoine.

SEMESTRE 2

HISTOIRE DES ARTS I - INTRODUCTION À L'HISTOIRE DE L'ARCHITECTURE

- Découverte de l'architecture européenne de l'Antiquité au XIXe siècle.
- Initiation aux bases techniques et au vocabulaire élémentaire.

ARTS DU SPECTACLE I - INTRODUCTION À L'HISTOIRE DU CINÉMA

- Socio-histoire du cinéma, des origines aux années 1930 en France.
- Histoire du cinéma dit «d'entertainment» à travers l'œuvre de Steven Spielberg.
- Initiation à l'analyse filmographique à partir de la projection de nombreux extraits.

ANNÉE 2

SEMESTRE 3

INTRODUCTION AU DROIT DE LA CULTURE ET DE L'IMAGE

- Introduction au droit de la culture (droits d'auteur, droit à l'image, accès à la culture, etc.).
- Etude de la dimension juridico-économique (emploi, fiscalité, européanisation).

SEMESTRE 3

HISTOIRE DES ARTS II - L'ART EN FRANCE AU XIXE : PEINTURE, SCULPTURE

- Initiation au commentaire d'œuvres peintes et sculptées et contextualisation dans le champ artistique (littérature, photographie, cinéma).
- Etude des évolutions du statut de l'artiste, de la monstration des œuvres et du commerce de l'art.

ART ET SOCIÉTÉ I - MUSIQUES SACRÉES ET POUVOIRS

- Etude des liens entre arts, politique et société à travers le parcours de musiciens de l'époque baroque à aujourd'hui.
- Initiation au commentaire d'œuvres et rencontres d'artistes in situ à l'Académie de Musique et d'Arts sacrés de Sainte-Anne d'Auray.

SEMESTRE 4

CULTURE ET ARTS I - INTRODUCTION À LA MUSÉOGRAPHIE

- Initiation à la conception et au pilotage d'expositions à partir de visites in situ ; réflexion sur le rôle de l'histoire dans la « mise en musée » ; Etude des typologies muséographiques.
- Introduction aux problématiques culturelles contemporaines (réutilisation muséale de monuments historiques, d'espaces religieux, etc.).

HISTOIRE DES ARTS III : PATRIMOINE ET SOCIÉTÉ : LES PORTS DU PONANT DU XVe À AUJOURD'HUI :

Ville, Architecture, mobilier, arts graphiques et cinéma (enseignement programmé à la rentrée 2021-22).

SEMESTRE 4

INTRODUCTION AU MONDE DES ARTS VIVANTS

Découverte des métiers et des structures des « Arts vivants » (musique, théâtre, danse, marionnette, arts de la rue, cirque, etc.).

PROJET AUTOUR DES ARTS VIVANTS

- Rencontre de professionnels des arts vivants in situ (régisseur lumière, directeur de compagnie de rue, administrateur d'une compagnie de théâtre).
- Montage d'un voyage d'étude autour des Arts vivants.

ANNÉE 3

SEMESTRE 5

CULTURE ET ARTS II - INITIATION À L'ARCHIVISTIQUE ET AUX HUMANITÉS NUMÉRIQUES

- Introduction aux aspects théoriques et pratiques de la gestion des archives.
- Découverte des grandes missions d'un service d'archives, en lien avec les Archives départementales.
- Introduction aux humanités numériques, au croisement de l'informatique, des Arts, des Lettres et des Sciences Humaines et Sociale.
- Valorisation numérique de la culture et du patrimoine, diffusion et veille numérique.

SEMESTRE 5

ART ET SOCIÉTÉ II - APPROCHE ANTHROPOLOGIQUE DE L'HISTOIRE DES ARTS

- Introduction pluridisciplinaire aux relations entre arts, pouvoirs et sociétés (histoire des arts, sociologie et anthropologie).
- Exploration pratique de ces enjeux à travers la découverte du métier de guide-conférencier.

HISTOIRE DES ARTS IV - MUSIQUE ET CINÉMA

- Histoire des liens entre Musique et Cinéma à travers les musiques de film, dans une approche pluridisciplinaire mêlant histoire du cinéma et de la musique, lecture d'image et analyse musicale.
- Cas d'étude tirés principalement du cinéma américain (essor du Jazz puis de la « pop music » - mais aussi affirmation d'une écriture symphonique héritée des grands compositeurs européens).

SEMESTRE 6

INTRODUCTION AU MONDE DES MUSÉES

- Introduction aux mutations structurelles des musées : Lieux d'exposition et de conservation, mais aussi de médiation et d'éducation.
- Rencontre avec les métiers des musées (conservateur, régisseur, restaurateur ou documentaliste), en lien avec le Musée de la Cie des Indes (Lorient).

SEMESTRE 6

CONDUITE ET GESTION DE PROJETS CULTURELS

Vue d'ensemble du montage et pilotage d'un projet de spectacle vivant en travaillant auprès d'un artiste ou collectif d'artiste dans la réalisation de ses/leurs projets

PROJET CULTURE

Mise en situation professionnelle collective, dans le cadre du montage d'un projet culturel.

MINEURE

ÉCONOMIE, COMMUNICATION ET MANAGEMENT

Se spécialiser dans l'exercice d'une activité économique et au fonctionnement des organisations (niveaux macro et micro, interne et externe). Maîtriser les approches économiques et juridiques, notions de veille, de communication et de management en tenant compte de la spécificité des organisations concernées (entreprises, collectivités territoriales...).

60 h.
8 ECTS
par semestre

ANNÉE 1

SEMESTRE 1

ÉCONOMIE GÉNÉRALE
- Remise à niveau des fondamentaux en économie générale.

ANALYSE DE L'ACTUALITÉ ÉCONOMIQUE
- Actualité économique contemporaine autour des enjeux financiers, écologiques, marchands, politiques, entrepreneuriaux…

SEMESTRE 1

MARKETING ET COMMUNICATION
- Les outils marketing et leurs enjeux marchands.
- Vision globale des fondamentaux en marketing.
- Analyse du comportement du consommateur, compréhension des mécanismes du marché, diagnostic marketing et formulation du marketing-mix).

COMMERCE ET NÉGOCIATION PROFESSIONNELLE
- Méthodologie de la négociation professionnelle (transaction commerciale). Aspect vente et ciblage (relation entre fournisseur et client).
- Contextes de commerce et de négociation, transactions suivant les environnements.

SEMESTRE 2

COMMUNICATION ET DÉVELOPPEMENT DURABLE
- Introduction au développement du commerce équitable, solidaire et à l'apparition de la notion de développement durable dans la communication globale des organisations et des institutions.

GESTION FINANCIÈRE D'ENTREPRISE
- Introduction à la macroéconomie des entreprises (formes de classements et d'organisations), et à la microéconomie portant sur la gestion comptable et financière de l'entreprise, la réalisation de budgets prévisionnels, les composantes de l'entreprise, les réseaux de communication/collaboration internes.

SEMESTRE 2

ÉCONOMIE ET GESTION D'ENTREPRISE
- Présentation des différences des secteurs économiques à l'œuvre dans une structure privée ou publique (Secteurs liés à la production, au service client, à la facturation, aux ressources humaines, à la vente et aux achats).
- Analyse des liens avec les tissus locaux et le positionnement de l'entreprise sur un marché ou un segment de marché.

COMMUNICATION GRAPHIQUE
- Mise en perspective de la communication pour une transmission d'information efficace et synthétique, par des outils de création et production graphique.
- Mise en application de la communication graphique pour des publics différents (communication interne ou externe) ou pour des objectifs différents (marketing, événementiel, team buildling...).

ANNÉE 2

SEMESTRE 3

INITIATION À L'INTELLIGENCE ÉCONOMIQUE
- Introduction aux méthodes permettant de développer, au sein d'organisations diverses, l'intelligence et la veille économique pour anticiper et mieux connaître son environnement de développement.
- Connaissance des environnements financiers et économiques, approfondissement de méthodes de veille concurrentielle et utilisation de l'information.

VEILLE NUMÉRIQUE
- Méthodologie de veille appliquée à l'outil d'information internet (savoir repérer, classer, hiérarchiser et utiliser de façon appropriée)
- Initiation aux outils de veille et application (exercices pratiques : analyse et traitement de l'information et ses convocation dans des contextes variés).

SEMESTRE 3

APPROCHE DES INSTITUTIONS EUROPÉENNES
- Fonctionnement des institutions de l'U.E. : perspective historique, évolutions contemporaines et poids dans la vie politique, économique, financière et budgétaire.
- Initiation à une connaissance élémentaire et citoyenne de la façon dont l'U.E. est construite et agit dans différents domaines de la vie quotidienne.

ANALYSE DE L'ACTUALITÉ EUROPÉENNE
- Actualité européenne contemporaine dans les différents enjeux financiers, écologiques, marchands, politiques, économiques, ...).
- Rôle des médias dans cette actualité (orientations politiques et économiques) + apport d'outils et de techniques d'analyse critique.

SEMESTRE 4

ÉCONOMIE INTERNATIONALE
- Fonctionnement de l'économie contemporaine autour des enjeux de la mondialisation et des échanges marchands supranational (développement de la connaissance des marchés et des enjeux de nouveaux états partenaires).
- Explications des enjeux directs pour les entreprises impliquées dans le développement de transactions internationales et interculturelles.

ANALYSE DE L'ACTUALITÉ INTERNATIONALE
- Actualité internationale contemporaine (enjeux financiers, écologiques, marchands, politiques, économiques...).
- Exposition du rôle des médias sur cette actualité, (orientations politiques et économiques, et apport d'outils et de techniques d'analyse critique).

SEMESTRE 4

GESTION ET COMMUNICATION INSTITUTIONNELLES
- Définition de la communication institutionnelle : stratégies et actions pour promouvoir l'image d'une organisation à l'externe. Distinction avec les autres formes de communication.
- Analyse de la complexité selon le type d'organisation (entreprise, collectivité ou association).Conception de projets, réalisation, suivi et évaluation.

COMMUNICATION ET MANAGEMENT
- Management d'une organisation et enjeux de la communication interne.
- Appréhension de l'évolution historique des conceptions managériales et du rôle indissociable de la communication (pilotage stratégique, organisation en réseau, management transversal).

ANNÉE 3

SEMESTRE 5

INTRODUCTION AU DROIT EUROPÉEN
- Introduction à l'outil juridique comme élément fondamental de toute activité citoyenne, publique et privée.
- Mise en relief de l'importance du droit comme base d'interprétation et d'application pour le législateur, s'exerçant dans un contexte traversé par des enjeux actuels et importants pour les sociétés.

COMMUNICATION ET STRATEGIES DE LOBBYING
- Techniques de lobbying : comme outils de communication, de management et de politiques d'influence.
- Présentation et compréhension des enjeux autour du lobbying, méthode permettant de défendre ou de mettre en avant des intérêts réels tout en devenant un outil stratégique pour des structures privées ou publiques.

SEMESTRE 5

DROIT DES AFFAIRES
- Spécialisation du droit à travers sa dimension affairiste, centrée sur les problématiques privées et les litiges sur des types de contrat ou de transactions économiques ou marchands
- Importance du droit dans la vie d'une entreprise.

MANAGEMENT DES ORGANISATIONS
- Techniques et outils pour motiver les équipes et de développer les talents de chacun dans la stratégie générale de développement d'une organisation.
- Notion de compétence et ses effets dans le développement d'une politique managériale.

SEMESTRE 6

DROIT DU TRAVAIL
- Droit du travail : les contrats de travail, différentes types de contrat, mesures de protection du salarié et procédures de rupture de contrat de travail.
- Spécialisation du droit social, centré sur les notions de représentation des salariés, de négociation collective et des conventions.

COMMUNICATION INTERNE ET RESSOURCES HUMAINES
- Communication interne (applications dans la fonction de ressources humaines et importance pour la vie de l'entreprise et de ses salariés).
- Sensibilisation aux différentes fonctions des ressources humaines : paye, formation continue, management, développement de carrière et à leur présence dans la vie de l'entreprise.

MINEURE

JOURNALISME ET PRODUCTION ÉDITORIALE

Acquérir des connaissances et compétences pour développer un projet professionnel lié au journalisme, mais également à la communication digitale, notamment autour de la production, la gestion et des techniques de l'information, en particulier appliquées à un environnement médiatique numérique.

60 h.
8 ECTS
par semestre

ANNÉE 1

SEMESTRE 1

LES GRANDES ENQUÊTES JOURNALISTIQUES

- Historique des médias audiovisuels, leur développement à travers les sociétés contemporaines (contextes politiques, sociaux et économiques).
- Focus sur le développement diachronique de la présence médiatique numérique. Leur impact dans le traitement et la diffusion de l'actualité + analyse critique.

ÉCONOMIE ET DROIT DES MÉDIAS NUMERIQUES

- Écosystèmes médiatiques et leur modèles d'affaires : Étude de médias « pure players » et de médias traditionnels (business models)
- Sensibilisation à ces différents modèles d'affaires lors de la création, de la gestion ou de l'utilisation de médias numériques.

SEMESTRE 1

OUTILS NUMERIQUES : INFOGRAPHIE ET WEBDESIGN I

- Création infographique et du design appliqué à l'événementiel (logiciels dédiés et étude de cas précis).
- Méthodes de création graphique (contextes événementiels en lien avec les techniques de gestion du web).

PRATIQUE DE L'ÉCRITURE SONORE

- Création sonore (utilisation de logiciels dédiés et étude de cas précis)
- Méthodes de création sonore, adaptées à des contextes communicationnels et médiatiques variés (internet, publicité, jeux, etc.) avec le matériel de gestion sonore.

SEMESTRE 2

HISTOIRE DES FORMES NARRATIVES AUDIOVISUELLES

- Présentation historique des normes de création du récit audiovisuel (œuvre, d'auteur et de dramaturgie).
- Évolution des formes narratives linéaires dans les univers créatifs analogiques à un seul support (cinéma, télévision).
- Sensibilisation aux formes narratives non-linéaires issues de l'univers créatif multisupports du numérique (transmedia, webdocumentaire) + analyse des transformations ou ruptures générées par le numérique dans l'approche de la narration audiovisuelle, de sa production et de son public.

STRATÉGIE DE L'INFORMATION EN LIGNE

- Présentation notionnelle des évolutions liées à la production de diffusion de l'information en ligne, leurs impacts stratégiques dans le monde contemporain, selon les contextes politiques, sociaux et économiques.
- Développements diachroniques de l'utilisation de l'information en ligne + analyse critique.

SEMESTRE 2

OUTILS NUMÉRIQUES : INFOGRAPHIE ET WEBDESIGN II

- (cf détail du cours en Semestre 1)

PRATIQUE DE CRÉATION PHOTOGRAPHIQUE

- Création photographique (utilisation de logiciels dédiés et étude de cas précis).
- Méthodes de création photographique dans des contextes communicationnels et médiatiques variés (utilisation et manipulation du matériel dédié.

ANNÉE 2

SEMESTRE 3

MÉTHODOLOGIE DE RECHERCHE DE L'INFORMATION

- Enjeux et méthodes de la recherche d'information sur une thématique d'actualité (flux RSS - Alerte - Base de données spécialisées.
- Mise en place d'une veille médiatique.

MANAGEMENT ET GESTION DE PROJETS NUMÉRIQUES

- Études de cas de projets dans un environnement numérique).
- Sensibilisation aux méthodes de gestion lors de la création, de la gestion ou de l'utilisation de projets numériques et du management d'équipe.

SEMESTRE 3

OUTILS NUMÉRIQUES : CRÉATION ET ÉDITION WEB I

- Mise en application pratique progressive de la création de site internet et de l'édition attenante (utilisation de logiciels dédiés et étude de cas précis).
- Méthodes de création de différents types de sites, adaptées à des contextes communicationnels variés sur le web.

OUTILS AUDIOVISUELS DU NUMÉRIQUE I

- Création de productions audiovisuelles dans un environnement numérique (utilisation de logiciels dédiés et l'étude de cas précis).
- Méthodes de création audiovisuelle, adaptées à des contextes communicationnels variés sur le web et dans d'autres contextes.

SEMESTRE 4

USAGES DES OUTILS AUDIOMÉTRIQUES

- Outils audiométriques dans le cadre de stratégies éditoriales et marketing des médias électroniques.
- Modèles informationnels orientés sur la demande et analyse des différents indicateurs type compteurs de hits.

ÉCRITURE MULTIMÉDIA

- Méthodologies permettant la préparation et la mise en œuvre de l'écriture d'un projet multimédia, dans son acception la plus large possible.
- Introduction aux questions d'ordre stratégique et méthodologique, pour la compréhension et la maîtrise progressive de la rédaction d'un projet étendu sur plusieurs types de médias.

SEMESTRE 4

OUTILS NUMÉRIQUES : CRÉATION ET ÉDITION WEB II

(cf détail du cours en Semestre 1)

OUTILS AUDIOVISUELS DU NUMÉRIQUE II

(cf détail du cours en Semestre 3)

ANNÉE 3

SEMESTRE 5

DATA JOURNALISME ET SITES D'INFORMATION

- Types d'usage et de production liés aux big data et à la circulation d'info dans l'environnement numérique (étude de cas appliquée au journalisme).
- Enjeux, analyses, approfondissements de la pratique du journalisme, anticipation des évolutions contemporaines.

IMAGE PHOTOGRAPHIQUE ET JOURNALISME

- Approche théorique, esthétique et technique de la création photographique appliquée aux pratiques du photojournalisme professionnel.
- Lien entre la technique et le sens du message à véhiculer, au sein d'un projet photographique dans une logique numérique multisupports.

SEMESTRE 5

PRÉPARATION AU PROJET DE FIN D'ÉTUDES

- Méthodes et techniques de gestion de projet universitaire et préprofessionnel.
- Cadrage pour sécuriser le lancement du projet de fin d'études au semestre suivant et préparation aux éventuelles questions et difficultés.

STRATÉGIES DE VISIBILITÉ ET RÉSEAUX SOCIAUX

- Techniques permettant aux projets numériques (sites d'information, blogs, réseaux sociaux, documents audiovisuels, etc.) de pouvoir être visibles et accessibles à la veille sur internet.
- Méthode permettant la gestion adaptée d'une production numérique en fonction du public visé, des buts développés et du positionnement évolutif envisagé.

SEMESTRE 6

RÉALISATION DU PROJET DE FIN D'ÉTUDES I & II

- Validation d'un projet numérique (cahier des charges) donnant lieu à la validation de la fin du parcours-type (réalisation d'un webdocumentaire, un blog culturel ou une production pureplayer*…)
- Création complète du projet numérique donnant lieu à la validation de la fin du parcours-type (réalisation d'un webdocumentaire, un blog culturel ou une production pureplayer*…).

**sous réserve d'évolutions liées à l'actualité du développement numérique.*

MINEURE

LANGUES ET CULTURES

Développer les compétences linguistiques en s'appuyant sur des bases grammaticales, lexicales et syntaxiques solides, tout en permettant d'appliquer ces connaissances aux domaines culturels, artistiques, historiques et médiatiques.

Ce parcours propose le développement de 2 langues qui doivent être travaillées de façon conjointe afin que leur niveau de maîtrise puisse être équivalent.

60 h.
8 ECTS
par semestre

ANNÉE 1

SEMESTRE 1

CULTURE CONTEMPORAINE LV1

- Approfondissement des connaissances culturelles des pays par une étude de différents thèmes à résonnance contemporaine, en fonction de l'actualité sociale, politique, culturelle ou économique.
- Amplification des connaissances liées à la première langue vivante pour les étudiants.

EXPRESSION ORALE LV1

- Travail oral de l'accent : exercices permettant l'aisance orale et la maîtrise des langues, à travers sa pratique spontanée au sujet de questions de culture contemporaine (travail sur l'accent, grammaire et syntaxe, choix lexical).

SEMESTRE 1

CULTURE CONTEMPORAINE LV2

- Approfondissement des connaissances culturelles des pays par une étude de différents thèmes à résonnance contemporaine, en fonction de l'actualité sociale, politique, culturelle ou économique.
- Amplification des connaissances liées à la première langue vivante pour les étudiants.

EXPRESSION ORALE LV2

- Travail oral de l'accent : exercices permettant l'aisance orale et la maîtrise des langues, à travers sa pratique spontanée au sujet de questions de culture contemporaine (travail sur l'accent, grammaire et syntaxe, choix lexical).

SEMESTRE 2

HISTOIRE DES ARTS LV1 ET LV2

- Traitement diachronique du développement des arts présents dans les pays, à travers une approche globale des grands courants artistiques et de leurs évolutions récentes - Influence des arts sur la culture des pays et impact sur les développements civilisationnels contemporains.

EXPRESSION ECRITE LV1 ET LV2

- Travail écrit : activités de synthèse, de traduction et de commentaire sur des questions médiatiques contemporaines pour favoriser l'exercice de la grammaire et de la syntaxe, ainsi que le choix lexical en situation.

ANNÉE 2

SEMESTRE 3

THÉÂTRE LV1 ET LV2

- Exposition d'œuvres et d'extraits d'œuvres théâtrales.
- Explication des différentes périodes de création et leurs impacts sur la vie culturelle.
- Traitement critique et commentaires détaillés d'œuvres représentatives des différentes époques étudiées en classe.

EXPRESSION THÉÂTRALE LV1 ET LV 2

- Travail des compétences d'expression et d'aisance orale à travers la mise en confiance, par groupe, et dans l'expression individuelle, à travers la mise en scène d'une œuvre ou d'extraits d'œuvres.
- Sensibilisation aux aspects artistiques à travers l'approfondissement des compétences linguistiques.

SEMESTRE 4

HISTOIRE DE LA LITTÉRATURE LV1ET LV2

- Connaissances en littérature à travers la sélection d'œuvres par les enseignants et leurs explications, ainsi que leur inscription dans la vie culturelle et civilisationnelle des pays de LV1 et LV2.
- Traitement critique et commentaire détaillé d'œuvres littéraires représentatives d'époques choisies, étudiées en classe.

VERSION LITTÉRAIRE LV1ET LV2

- Traduction d'extraits d'œuvres littéraires ainsi que leur inscription dans la vie culturelle et civilisationnelle des pays de LV1 et LV2.
- Articulation de la littérature et du travail syntaxique, grammatical et lexical exigé par la traduction des langues vers la langue française.

ANNÉE 3

SEMESTRE 5

CINÉMA LV1ET LV2

- Approche historique des productions cinématographiques des pays de LV1 et LV2, à travers la sélection d'œuvres et de réalisateurs, afin de replacer la production cinématographique et télévisuelle dans le contexte culturel contemporain.
- Approfondissement des connaissances culturelles et de la maîtrise des enjeux contemporains.

COMMENTAIRE AUDIOVISUEL LV1 ET LV2

- Travail écrit permettant la prise de recul réflexive et l'analyse critique à travers le commentaire argumenté et soutenu d'œuvres audiovisuelles (cinéma, séries télé, etc.).

SEMESTRE 6

ACTUALITÉ DES PAYS DE LV1 ET LV2

- Traitement critique et multiforme (presse écrite, télévisuelle, internet) de temps forts de l'actualité contemporaine des pays de LV1 et LV2, afin de comprendre les différents enjeux actuels des développements politiques, sociaux et économiques des pays.
- Étude de la culture et de la civilisation à travers le prisme du traitement médiatique.

DOSSIER D'ANALYSE LV1 ET LV2

- Production personnelle de l'étudiant, sous la supervision d'un tuteur (dossier d'analyse critique à propos d'un point culturel- médiatique, politique, économique, artistique, etc.- d'un pays.

MINEURE

SCIENCES POLITIQUES

Acquérir les bases nécessaires à une compréhension des questions politiques et comprendre les problématiques internationales liées à la mondialisation, aux institutions internationales et aux évolutions des stratégies des États.

Analyse du traitement médiatique de l'actualité européenne et internationale en anglais.

60 h.
8 ECTS
par semestre

ANNÉE 1

SEMESTRE 1

PHILOSOPHIE POLITIQUE

- Philosophie politique comme devoir-être (i.e. comme norme permettant d'orienter la réflexion et l'action dans le champ politique, sans être descriptive ou sociologique).
- Exploration de la démarche de la philosophie politique (ses conditions, ses prescriptions et les modèles politiques qui en découlent).

HISTOIRE DES IDÉES POLITIQUES I

- Présentation de l'évolution des idées politiques, économiques et sociales comme contribution aux changements politiques et aux transformations de la société.
- Penseurs de l'Antiquité grecque puis de la chrétienté.
- Interrogations sur le débat politique et la réflexion sur l'État, à la nation, la citoyenneté, les droits de l'homme.

SEMESTRE 1

SOCIOLOGIE POLITIQUE I

- Notions d'analyse sociologique de la politique : l'Etat, sa formation, les institutions et régimes politiques, la professionnalisation de la vie politique et ses conséquences, les forces politiques (partis politiques, groupe d'intérêt et opinion publique).

CONFÉRENCE DE MÉTHODE

- Séances de travaux dirigés complétant le cours magistral et préparant à l'examen final sur le cours magistral. Exercices pratiques pour acquérir une méthode rigoureuse alliant culture générale, esprit d'analyse et de synthèse. (Rédaction de dossiers, exposés, discussions construites, éclairées et argumentées…)

SEMESTRE 2

HISTOIRE GLOBALE DU XXE SIÈCLE

- Dépassement du cadre des États-nations pour penser l'histoire à l'échelle des transformations transnationales affectant la planète.
- Interconnexions, circulations et interdépendances entre les grandes aires géographiques, diversité des champs d'investigation (politique, diplomatie, économie, culture, religion, social, démographie, écologie, géographie, mobilités…) : l'histoire globale conduit ainsi à s'interroger sur de nouveaux objets d'étude ou à les appréhender sous un angle différent.

HISTOIRE DES IDÉES POLITIQUES II

- Présentation de l'évolution des idées politiques, économiques et sociales comme contribution aux changements politiques et aux transformations de la société.
- Conceptions de l'organisation politiques issues de la Révolution aux sociétés contemporaines (naissance du socialisme, du nationalisme autoritaire).

SEMESTRE 2

INSTITUTIONS POLITIQUES ET POUVOIRS PUBLICS

- Introduction au droit constitutionnel et comparaison des différents modèles d'organisation démocratique (régime parlementaire, régime présidentiel, régime mixte…).
- Organisation fondamentale des pouvoirs publics par la Constitution de la Vème République.
- Modèles d'organisation du territoire, présentation des aspects essentiels de la déconcentration administrative.

CONFÉRENCE DE MÉTHODE

(cf détail du cours en Semestre 1)

ANNÉE 2

SEMESTRE 3

UNION EUROPÉENNE : INTRODUCTION

- Introduction au fonctionnement des institutions de l'Union Européenne (perspective historique / évolutions contemporaines / poids dans la vie politique, économique, financière et budgétaire)
- Initiation à la façon dont l'Union Européenne est construite et agit dans différents domaines de la vie quotidienne. (mutualisé)

ACTUALITÉ POLITIQUE INTERNATIONALE I

- Etude de l'actualité politique internationale des pays anglo-saxons avec des études de cas en langue anglaise donnant lieu à des échanges oraux dans cette langue, sous forme de débats, afin d'améliorer la pratique de l'anglais.

SEMESTRE 3

SOCIOLOGIE POLITIQUE II

- Approfondissement des analyses sociologiques du fait politique (comportements électoraux, organisations politiques et forces politiques, rôle des médias dans le jeu politique).

CONFÉRENCE DE MÉTHODE

(cf détail du cours en Semestre 1)

SEMESTRE 4

LE GOUVERNEMENT DU MONDE

- Historique des relations internationales depuis 1815 avec la lente montée de l'idée de «gouvernement mondial». Puis depuis 1945 le rôle des institutions internationales : rôle dans la régulation des échanges, les secteurs de la défense, du commerce, de la justice ou de la santé (OTAN, OMS, OCDE, etc.) ; rôles de ces institutions supranationales dans la gestion et l'évolution des problématiques liées à la mondialisation.

CONFÉRENCE DE MÉTHODE

(cf détail du cours en Semestre 1)

SEMESTRE 4

POLITIQUES PUBLIQUES

- Rôle et action de l'Etat et des collectivités territoriales en matière de politiques publiques.
- Mise en perspective des différents niveaux d'action (du national au local).
- Étude des différents aspects de ces politiques publiques (budget, décision, évaluation).

ACTUALITÉ POLITIQUE INTERNATIONALE II

(cf détail du cours en Semestre 3)

ANNÉE 3

SEMESTRE 5

LE MOYEN ORIENT AU XXE SIECLE

- Présentation du Moyen Orient : région instable et convoitée (Gestion de ces territoires de l'ancien Empire ottoman aux lendemains de la 1re guerre mondiale par la France et le Royaume-Uni puis en 1945 par les Etats Unis).
- Complexité des enjeux de cette région et sa place dans les relations internationales : création d'Israël, question palestinienne, tentatives de mise en place de régimes laïcs et socialisants, puis montée de l'islamisme radical.

ACTUALITÉ POLITIQUE INTERNATIONALE III

(cf détail du cours en Semestre 3)

SEMESTRE 5

GÉOPOLITIQUE ET RELATIONS INTERNATIONALES

- Rapports entre les acteurs internationaux (Etats et organisations internationales, notamment), dans un contexte de contraction du monde sous l'effet de la mondialisation.
- Analyse des fondements des relations internationales (acteurs, règles, politiques) ainsi que ceux de la géopolitique (théories et études de cas, en particulier pour l'Inde et la Chine préparant à la conférence de méthode portant plus particulièrement sur ces pays et aires régionales).

CONFÉRENCE DE METHODE

(cf détail du cours en Semestre 1).

SEMESTRE 6

FINANCES PUBLIQUES

- Règles de fonctionnement et régimes juridiques attachés au budget de l'État, de la sécurité sociale, des collectivités locales et des différents établissements publics.
- Stratégies à l'œuvre derrière les choix budgétaires mis en œuvre par les acteurs publics. (mutualisé)

ACTUALITÉ POLITIQUE INTERNATIONALE IV

(cf détail du cours en Semestre 3)

SEMESTRE 6

COMMUNICATION POLITIQUE

- Phénomènes de communication politique : du lien ancien de la communication politique avec l'exercice du pouvoir jusqu'aux formes modernes de la médiatisation de la politique contemporaines. (mutualisé)

CONFÉRENCE DE METHODE

(cf détail du cours en Semestre 1)

MINEURE

CONCEPTION WEB DESIGN ET INNOVATION

Développer les compétences permettant de mettre en œuvre, de définir et d'évaluer la conception de projets numériques (sites web, jeux vidéos, dispositifs de réalité virtuelle, plateformes hypermédias …) en dialogue avec des développeurs, designers, architectes d'information,ergonomes et professionnels de la communication digitale.

60 h.
8 ECTS
par semestre

ANNÉE 1

SEMESTRE 1

ANALYSE DES DISPOSITIFS ET DES TECHNOLOGIES NUMÉRIQUES

MÉTHODOLOGIE DU PROJET EN DESIGN 1

SEMESTRE 1

DESIGN GRAPHIQUE 1

INTERFACES GRAPHIQUES - FRONT-END WEB 1

SEMESTRE 2

CULTURE ET SOCIOLOGIE DE L'INNOVATION

MÉTHODOLOGIE DU PROJET EN DESIGN 2

SEMESTRE 2

DESIGN INTERACTIF 1

INTERFACES GRAPHIQUES - FRONT-END WEB 2

ANNÉE 2

SEMESTRE 3

PRINCIPES D'ARCHITECTURE, ERGONOMIE ET SCÉNARISATION 1

USAGES ET APPROCHES CRITIQUES DES DISPOSITIFS NUMÉRIQUES

SEMESTRE 3

DESIGN GRAPHIQUE 2

INTERFACES GRAPHIQUES - FRONT-END WEB 3

SEMESTRE 3

PRINCIPES D'ARCHITECTURE, ERGONOMIE ET SCÉNARISATION 2

ENJEUX SOCIO-STRATÉGIQUES DES PROJETS NUMÉRIQUES

SEMESTRE 3

DESIGN INTERACTIF 2

ADMINISTRATION ET GESTION DE DONNÉES EN LIGNE (DATA WEB 1)

ANNÉE 3

SEMESTRE 5

STRATÉGIE DE CONTENUS ET RÉFÉRENCEMENT (SEO)

ÉVALUATION DES DISPOSITIFS ET EXPÉRIENCE UTILISATEUR (UX)

SEMESTRE 5

PRÉPARATION AUX PROJETS DE FIN D'ÉTUDES (SITE INTERNET INTERACTIF OU HACKATHON)

INTERFACES GRAPHIQUES - FRONT-END WEB 4

SEMESTRE 5

VALIDATION DU PROJET DE FIN D'ÉTUDES (SITE INTERNET INTERACTIF OU HACKATHON)

SEMESTRE 5

RÉALISATION DU PROJET DE FIN D'ÉTUDES (SITE INTERNET INTERACTIF OU HACKATHON)