

Livret des enseignements L3

Sciences de l'Information et de la Communication

Sommaire

Tronc commun

SIC : théories et pratiques.....	2
Humanités et humanités numériques	3
Publier des contenus en ligne	5
RSN et Community Management.....	6
SIC : Théories et pratiques	7
Culture et altérité.....	8
Communiquer avec le Web : Web sémantique	9

Parcours Industries médiatiques et créatives

Approche anthropologique et ethnographique des images animées	11
Sémiotique narrative et visuelle	12
Journalisme créatif : réalisation d'un magazine en ligne	14
Scénarisations audiovisuelles	15
Formats courts	16
Nouvelles images et immersive design.....	18

Parcours Organisations et stratégies numériques

Approche numérique des organisations	19
Management des ressources humaines.....	20
Communication interne et numérique	21
Communication événementielle	22
Communication externe et numérique.....	23
Communication institutionnelle	24

Parcours Cultures et médiation

Patrimoine et sociétés.....	25
Médiation scientifique et culturelle	26
Images et écriture de l'altérité.....	28
Politiques et pratiques culturelles.....	29
Scénographie muséale.....	30
Territoire, Culture et Développement Durable	31

TITRE DU COURS : SIC : théories et pratiques

TYPE : CM

NOMBRE D'HEURES : 20

OBJECTIFS :

- l'étudiant-e connaîtra les principales approches critiques de l'économie des données et du travail numérique.
- Il/elle sera capable de formuler une analyse critique des logiques de surveillance, mise au travail et exploitation des internautes.

PREREQUIS :

- l'étudiant-e doit maîtriser les savoirs et concepts étudiés en L2 lors du CM "SIC: champs théoriques"

RESUME DU COURS :

Ce cours est consacré aux approches critiques du web 2.0. Il s'agit de comprendre les phénomènes de surveillance des populations, de captation de valeur par le capitalisme de plateforme, et les dynamiques de récupération marchande de la participation. L'enseignement portera sur:

- les modèles du web et la question de la gratuité
- le profilage des populations
- la critique féministe du travail numérique
- le *digital labor*

COMPETENCES ACQUISES A LA FIN DU COURS :

- développer une pensée critique
- mobiliser et restituer des savoirs
- argumenter et construire un raisonnement

EVALUATION (CC – Minimum 2 Epreuves)

EPREUVES	POURCENTAGE ⁽¹⁾	TYPE ⁽²⁾
N°1	100%	Devoir sur table
N°2		
N°3		
N°...		

(1) – Pourcentage : 20%, 30%, 40%, 50%, 60%, 70%, 80%

(2) – Type : Devoir écrit, Présence, Participation, Travail de groupe, Etude de cas, Projet, Autre (précisez)

TITRE DU COURS : Humanités et humanités numériques

TYPE : CM

NOMBRE D'HEURES : 20

OBJECTIFS :

- Mobiliser et maîtriser les principaux concepts des humanités numériques
- Comprendre l'histoire des humanités numériques et leurs enjeux contemporains
- Comprendre ce qui lie et différencie les humanités classiques aux humanités numériques

PREREQUIS :

- Aucun

RESUME DU COURS :

Connaître les Humanités numériques et comprendre comment elles structurent aujourd'hui notre rapport à la société est l'enjeu majeur de ce cours. Leur histoire est évidemment essentielle. Mais les humanités numériques soulèvent nombre de questions auxquelles nous tâcherons de répondre : prolongent-elles les humanités classiques, ou s'y substituent-elles ? Quelles nouvelles formes de constitution de la connaissance imposent-elles ? Comment la culture numérique et la culture scientifique sont-elles durablement influencées par elles ? Quels liens nouent-elles avec l'humanisme ou les humanismes ? Peut-on définir un humanisme numérique qui puiserait en elles ? Quels rapports entretiennent-elles avec les digital studies ?

PLAN DU COURS :

I/ Définitions (Séances 1 et 2)

II/ Connexions avec les humanités numériques

Des domaines illustratifs : Smart city / Transmédia / Classement de Shanghai des universités / Les objets connectés (séance 3)

III/ Histoire des humanités numériques :

Roberto Busa et analyse de corpus textuels (principe d'indexation) / Humanities computing (séance 4)

La contre-culture américaine et l'utopie numérique, berceau des humanités numériques (séance 5)

IV/ La culture numérique : perspectives et enjeux (séance 6)

Concepts et notions de la culture numérique :

ATAWADAC

Interfaces / Terminaux

Interactivité / Modalités d'utilisation...

Constitution d'un marché

V/ Faire société numérique : représentation de soi et du monde (séance 7)

Communauté et constitution du collectif

Des données pour mesurer, mesurer et visualiser

Identité numérique

Contrôle et surveillance

VI/ La connaissance scientifique numérique : constitution d'un savoir numérique (séance 8)

(1) – Pourcentage : 20%, 30%, 40%, 50%, 60%, 70%, 80%

(2) – Type : Devoir écrit, Présence, Participation, Travail de groupe, Etude de cas, Projet, Autre (précisez)

Avantages et limites

VII/ Digital studies et humanités numériques (séance 9)

Conclusion : Perspectives / Quelle société pour les humanités numériques ?

Devoir Sur Table (séance 10)

COMPETENCES ACQUISES A LA FIN DU COURS :

- Capacités à représenter les enjeux des humanités numériques et à s’y inscrire dans une logique de production intellectuelle et professionnelle

EVALUATION (CC – Minimum 2 Epreuves)

EPREUVES	POURCENTAGE ⁽¹⁾	TYPE ⁽²⁾
N°1	50	Devoir sur table
N°2	50	Fiche de lecture
N°3		
N°....		

(1) – Pourcentage : 20%, 30%, 40%, 50%, 60%, 70%, 80%

(2) – Type : Devoir écrit, Présence, Participation, Travail de groupe, Etude de cas, Projet, Autre (précisez)

TITRE DU COURS : Publier des contenus en ligne

TYPE : TP

NOMBRE D'HEURES : 20

OBJECTIFS :

- S'initier à l'approche UX design
- Elaborer une maquette graphique mobile first
- Intégrer une maquette graphique sur un support web
- Appréhender les bases du référencement naturel (SEO)

PREREQUIS :

- Savoir structurer, organiser et mettre en forme une page web avec les langages HTML et CSS.

RESUME DU COURS :

Le cours repose sur un projet de refonte et d'évolution d'un support de communication en un site web « mobile first ». L'étude s'appuie sur un cahier des charges précis fixant les attentes du commanditaire selon des critères spécifiques.

Le travail est à réaliser en équipe (3 à 4 étudiants) et doit prendre en considération les différentes étapes d'une publication numérique :

- L'approche UX design permettant d'élaborer une maquette graphique « mobile first »,
- L'intégration numérique de cette maquette, à l'aide d'un Framework (Bootstrap),
- Respecter les règles d'écriture W3C et d'accessibilité WCAG 2,
- Respecter et mettre en place les bases du référencement naturel,

Il s'adresse aux étudiants souhaitant mettre en application les principes professionnels de publication numérique sur les formats mobiles et desktops.

L'objectif final étant de maîtriser les principes de la transformation graphique vers une intégration numérique selon la méthode UX, tout en appliquant les règles de référencement et d'accessibilité régies par les moteurs de recherche.

COMPETENCES ACQUISES A LA FIN DU COURS :

- Elaborer et suivre un projet numérique en équipe,
- Rechercher des informations permettant d'élaborer le projet,
- Appliquer les bases de l'UX design au profit du mobile first,
- Exploiter un Framework pour construire la structure du site,
- Gérer les méthodes du référencement naturel (SEO),

EVALUATION (CC – Minimum 2 Epreuves)

EPREUVES	POURCENTAGE ⁽¹⁾	TYPE ⁽²⁾
N°1	18%	Prototypes graphiques
N°2	35%	Site web
N°3	7%	Tableau de référencement
N°4	40%	QCM

(1) – Pourcentage : 20%, 30%, 40%, 50%, 60%, 70%, 80%

(2) – Type : Devoir écrit, Présence, Participation, Travail de groupe, Etude de cas, Projet, Autre (précisez)

TITRE DU COURS : RSN et Community Management

TYPE : TD

NOMBRE D'HEURES : 20

OBJECTIFS :

- Comprendre les différentes fonctionnalités et caractéristiques des Réseaux Sociaux Numériques ainsi que leur usage professionnel
- Découvrir le modèle économique des réseaux sociaux
- Connaître le rôle et les outils d'un Community Manager ainsi que son métier
- Appréhender la communication numérique autour d'une gestion de crise

PREREQUIS :

- Pratique des outils numériques (smartphone, ordinateur, tablette)
- Connaissance des Réseaux Sociaux Numériques

RESUME DU COURS :

Les Réseaux Sociaux Numériques sont devenus des outils incontournables de la communication digitale. Facebook, YouTube, Twitter, Instagram, LinkedIn, Snapchat, TikTok... Comment ces réseaux favorisent-ils la communication professionnelle et permettent de se rapprocher du public cible des entreprises ? Nouvelles fonctionnalités, nouveaux usages des internautes, nouveaux canaux pour les entreprises et les marques, ces outils permettent de repenser la communication et de réagir différemment dans le cadre d'une gestion de crise. En s'inspirant de cas et de marques étudiés pendant le cours, les étudiants réaliseront des projets de gestion de crise pour des entreprises. Une évaluation personnelle sera également demandée questionnant la notion de communication numérique.

COMPETENCES ACQUISES A LA FIN DU COURS :

- Identifier le rôle des RSN dans la communication
- Connaissance du Community Management
- Pratique professionnelle des RSN

EVALUATION (CC – Minimum 2 Epreuves)

EPREUVES	POURCENTAGE ⁽¹⁾	TYPE ⁽²⁾
N°1	50 %	Travail de Groupe
N°2	50 %	Evaluation personnelle (devoir écrit ou oral)
N°3		
N°....		

(1) – Pourcentage : 20%, 30%, 40%, 50%, 60%, 70%, 80%

(2) – Type : Devoir écrit, Présence, Participation, Travail de groupe, Etude de cas, Projet, Autre (précisez)

TITRE DU COURS : SIC : Théories et pratiques

TYPE : CM

NOMBRE D'HEURES : 20

OBJECTIFS :

- Maîtrise des principaux concepts des courants et écoles en SIC mentionnés
- Mise en perspective des différents courants et écoles mentionnés dans le cadre de la transdisciplinarité des SIC
- Comprendre plus largement la place des SIC au cœur de notre société contemporaine en termes d'influences et d'enjeux

PREREQUIS :

- Suivi des cours sur les théories des Sciences de l'information de la communication en L2 et L3 semestre précédent, car ce cours s'inscrit dans la continuité de ces enseignements.

RESUME DU COURS :

Le plan du cours propose les thèmes suivants pour mieux comprendre comment s'articulent historiquement et théoriquement les sciences de l'information et de la communication :

- Introduction : approche de R T Craig
- Les précurseurs
- La psychologie sociale
- L'approche interprétative/constructiviste Vs L'approche holiste
- Interactionnisme symbolique et ethnométhodologie
- Le structuralisme, la systémique et la cybernétique
- La pragmatique et l'École de Palo Alto,
- L'approche mixte (usage/système)
- La théorie de l'acteur-réseau, la sémiopragmatique
- Retour sur le fonctionnalisme et la Mass communication Research, sur la l'École de Francfort et l'économie politique de la communication

COMPETENCES ACQUISES A LA FIN DU COURS :

- Connaissance des grandes théories des SIC
- Compétences épistémologiques : capacités à articuler ces grandes théories et à produire un discours sur les conditions de leur constitution, sur leur évolution et leur articulation.
- Adopter un positionnement et une méthodologie en fonction de l'objet communicationnel à étudier

EVALUATION (CC – Minimum 2 Epreuves)

EPREUVES	POURCENTAGE ⁽¹⁾	TYPE ⁽²⁾
N°1	50	Devoir sur table
N°2	50	Fiche de lecture

(1) – Pourcentage : 20%, 30%, 40%, 50%, 60%, 70%, 80%

(2) – Type : Devoir écrit, Présence, Participation, Travail de groupe, Etude de cas, Projet, Autre (précisez)

TITRE DU COURS : Culture et altérité

TYPE : CM

NOMBRE D'HEURES : 20

OBJECTIFS :

Mieux comprendre les mécanismes identitaires qui sous-tendent notre propre rapport à l'altérité et la manière dont, par le regard de l'autre, se construit notre propre identité. La conscience de soi et la construction de soi par le regard de l'autre, déterminent le socle de toute situation de communication et de médiation auxquelles les étudiants en information-communication seront confrontés dans leurs expériences professionnelles.

PREREQUIS :

- Aucun

RESUME DU COURS :

Le cours aborde, selon différentes entrées disciplinaires, l'expérience de l'altérité (sujet et objet) dans le contexte culturel d'appartenance du sujet. La philosophie, la sociologie, l'anthropologie, l'ethnographie, les sciences de l'information et de la communication, la géographie culturelle, etc., constituent autant de regards différents pour la compréhension du rapport de dépendance que le regard de/sur l'autre entretient avec la culture.

COMPETENCES ACQUISES A LA FIN DU COURS :

- Compétences analytiques
- Compétences culturelles
- Compétences communicationnelles

EVALUATION (CC – Minimum 2 Epreuves)

EPREUVES	POURCENTAGE ⁽¹⁾	TYPE ⁽²⁾
N°1	50%	Autre : dossier à fournir (travail individuel)
N°2	50%	Autre : dossier à fournir (travail individuel)
N°3		
N°....		

(1) – Pourcentage : 20%, 30%, 40%, 50%, 60%, 70%, 80%

(2) – Type : Devoir écrit, Présence, Participation, Travail de groupe, Etude de cas, Projet, Autre (précisez)

TITRE DU COURS : Communiquer avec le Web : Web sémantique

TYPE : TD

NOMBRE D'HEURES : 20

OBJECTIFS :

- Initiation aux méthodes de recherche d'information sur le Web
- Appréhender les nouvelles technologies du web
- Introduire au Web sémantique
- Saisir l'architecture et les standards du Web 3.0
- Structuration des connaissances sur le Web 3.0
- Conception d'ontologies de domaine

PREREQUIS :

- Être familier avec certaines connaissances de base du Web 2.0, en particulier le concept de langage de balises générique SGML comme HTML.

RESUME DU COURS :

Le cours retrace l'évolution du Web depuis sa création. Il aborde de manière détaillée les moyens technologiques mis en œuvre pour structurer les données du Web sous la forme de connaissances. L'étudiant prend part à différentes séances de TP (une par séance de cours). D'abord, une introduction aux techniques de recherche sur le Web permet à l'étudiant de se rendre compte des nombreuses problématiques auxquelles peuvent être confrontés certains usagers des moteurs de recherche en particulier, celle de l'ambiguïté lors de la formulation d'un besoin en information. Ensuite, le cours est dédié à l'étude de certains principes de bases de l'infrastructure d'Internet ainsi que les différents services du protocole HTTP, c'est le cas par exemple des flux RSS. Il est aussi question de comparer les caractéristiques du Web 2.0 avec ceux du Web 3.0 à travers l'étude de certains standards du Web3.0. C'est le cas des standard RDF/XML. Au fil du cours, l'accent est mis sur le besoin de séparation entre contenu et présentation. Des standards comme RDF qui sont basés sur une logique particulière (logique des prédicats) reposent avant tout sur l'aspect sémantique que peut véhiculer une information. Précisément, cet aspect permet de formaliser les connaissances du Web en apportant un champ sémantique à l'information. En d'autres termes, cela donne la possibilité de représenter formellement l'ensemble des concepts d'un domaine comme dans une ontologie. Dans cette optique, le cours est axé sur deux principaux projets. Le premier fait état de l'étude d'un thésaurus (Structure phare du Web 2.0). Le deuxième projet propose aux étudiants la construction d'une ontologie de domaine sous *protégé* (système pour la création d'ontologies).

COMPETENCES ACQUISES A LA FIN DU COURS :

- Appréhender la représentation de données, d'information et de connaissances
- Développement d'une approche de conception d'ontologie de domaine
- Se familiariser avec les différents standards du Web 3.0
- Prise en main du logiciel *protégé* pour le développement d'ontologies

(1) – Pourcentage : 20%, 30%, 40%, 50%, 60%, 70%, 80%

(2) – Type : Devoir écrit, Présence, Participation, Travail de groupe, Etude de cas, Projet, Autre (précisez)

EVALUATION (CC – Minimum 2 Epreuves)

EPREUVES	POURCENTAGE ⁽¹⁾	TYPE ⁽²⁾
N°1	30%	QCM n°1
N°2	30%	QCM n°2
N°3	20%	Devoir écrit : description d'un Thésaurus
N°4	20%	Projet : Conception d'une ontologie de domaine 4 personnes par groupe

(1) – Pourcentage : 20%, 30%, 40%, 50%, 60%, 70%, 80%

(2) – Type : Devoir écrit, Présence, Participation, Travail de groupe, Etude de cas, Projet, Autre (précisez)

TITRE DU COURS : Approche anthropologique et ethnographique des images animées

TYPE : CM

NOMBRE D'HEURES : 20

OBJECTIFS :

- Contribuer à l'acquisition d'une culture de l'image animée
- Interroger les enjeux éthiques et socioculturels de l'usage des images
- Comprendre le rôle de l'image dans l'organisation sociale du visible

PREREQUIS :

- CM « SIC : enjeux théoriques » de L2, S3
- Expression écrite satisfaisante

RESUME DU COURS :

« Comprendre un objet, c'est mettre au jour une esthétique, avec ses choix et ses valeurs » (Severi, 2003 : 8). Partant de ce postulat, cet enseignement propose d'accéder à une approche de l'image animée comme rapport social au moyen d'un cheminement en trois temps, que reflètent les trois parties du cours. Dans un premier temps, nous abordons l'anthropologie de la communication telle que les sciences de la communication la définissent. Cette approche centrée sur l'interaction et l'imagibilité nous conduit dans un second temps à interroger le rôle de l'image animée dans la relation d'enquête. Nous nous intéressons à l'approche anthropologique des images du point de vue de l'anthropologie visuelle. La troisième partie du cours effectue un retour vers les approches critiques de la communication pour définir la culture visuelle comme rapport social entre les personnes médiatisé par des images.

COMPETENCES ACQUISES A LA FIN DU COURS :

- Développer une approche réflexive et éthique des enjeux de l'usage de l'image dans la relation d'enquête
- Mobiliser un cadre théorique adéquat pour produire une analyse d'image
- Analyser une séquence filmique dans une perspective critique

EVALUATION (CC – Minimum 2 Epreuves)

EPREUVES	POURCENTAGE ⁽¹⁾	TYPE ⁽²⁾
N°1	50%	Étude de cas
N°2	50%	Travail de groupe
N°3		
N°....		

(1) – Pourcentage : 20%, 30%, 40%, 50%, 60%, 70%, 80%

(2) – Type : Devoir écrit, Présence, Participation, Travail de groupe, Etude de cas, Projet, Autre (précisez)

TITRE DU COURS : Sémiotique narrative et visuelle

TYPE : CM

NOMBRE D'HEURES : 20

OBJECTIFS :

- Apprendre à analyser des produits de communication visuels, audiovisuels et narratifs (images, affiches, films, reportages télévisuels).
- Savoir comprendre la construction du point de vue donné au lecteur/spectateur par le produit de communication.
- Savoir décomposer un récit, en comprendre les structures sous-jacentes et le lien avec le lecteur.

PREREQUIS :

- Pas de prérequis demandés

RESUME DU COURS :

Le cours va permettre aux étudiants d'apprendre les bases de l'approche sémiotique aux domaines visuels et narratifs. Une introduction générale de la discipline permettra de présenter une série d'outils conceptuels que l'on mettra à l'œuvre pour analyser les productions de la communication visuelle (images), audiovisuelles (films, publicités) et écrites (textes). Chaque outil conceptuel sera expliqué à partir de cas d'études.

PROGRAMME :

- Notion de signe (Peirce)
- La théorie de l'énonciation (Benveniste)
- La grammaire narrative (Propp, Greimas)
- L'esthétique de la répétition (Deleuze)
- La coopération interprétative (Eco)
- Le point de vue dans l'audiovisuel (Casetti)
- Les genres narratifs (Jost, Genette)

BIBLIO :

- Boutaud, Jean-Jacques et Berthelot Guyet, Karine, *Sémiotique. Mode d'emploi*, Lormont, Le bord de l'eau, 2015
- Eco, Umberto, *Lector in fabula*, Paris, Grasset, 1979
- Floch, Jean Marie, *Identités visuelles*, Paris, PUF, 20

COMPETENCES ACQUISES A LA FIN DU COURS :

- Expliquer comment la notion de signe permet d'analyser la communication visuelle
- Reconnaître les signes de l'énonciation dans un texte, dans une image, une affiche, une œuvre audiovisuelle...
- Distinguer les différentes dimensions d'un récit
- Faire la distinction entre plastique et figuratif dans l'image
- Analyser une image avec une approche sémiotique

(1) – Pourcentage : 20%, 30%, 40%, 50%, 60%, 70%, 80%

(2) – Type : Devoir écrit, Présence, Participation, Travail de groupe, Etude de cas, Projet, Autre (précisez)

- Analyser une production audiovisuelle avec une approche sémiotique

EVALUATION (CC – Minimum 2 Epreuves)

EPREUVES	POURCENTAGE ⁽¹⁾	TYPE ⁽²⁾
N°1	50%	DST
N°2	50%	DST
N°3		
N°....		

(1) – Pourcentage : 20%, 30%, 40%, 50%, 60%, 70%, 80%

(2) – Type : Devoir écrit, Présence, Participation, Travail de groupe, Etude de cas, Projet, Autre (précisez)

TITRE DU COURS : Journalisme créatif : réalisation d'un magazine en ligne

TYPE : TD

NOMBRE D'HEURES : 20

OBJECTIFS :

- Savoir rechercher, trier, hiérarchiser et mettre en forme de l'information pertinente
- Concevoir un produit éditorial
- Développer des compétences en matière d'enquête de terrain (identification des sources, technique de l'interview, techniques d'enquête)
- Rédiger un contenu journalistique selon les règles élémentaires d'écriture journalistique
- Appréhender le cadre légal et déontologique de l'édition (plagiat, droit à l'image, reproduction, etc.)
- Concevoir la dimension créative d'un support journalistique (texte/image)

PREREQUIS :

- Bac+2 en lien direct avec l'info-communication (BTS ou L2)
- Appétence pour les médias et pour la rédaction/conception-crédation
- Maîtrise du traitement de texte a minima

RESUME DU COURS :

Il s'agit pour les étudiants d'un projet collectif de création et édition d'un magazine numérique en condition réaliste d'une équipe de rédaction. De la conception à la réalisation (thèmes, sujets, rubriques, illustration, etc.), les étudiants fonctionnent en sous-équipes éditoriales (selon rubriques) dans la perspective de la concrétisation d'un magazine numérique.

COMPETENCES ACQUISES A LA FIN DU COURS :

- Maîtriser les techniques de recherche et de veille d'information
- Maîtriser les étapes et contraintes de conception d'un projet éditorial
- Maîtriser les techniques de conception d'un projet éditorial (texte/image/web)
- Maîtriser les techniques de rédaction journalistiques

EVALUATION (CC – Minimum 2 Epreuves)

EPREUVES	POURCENTAGE ⁽¹⁾	TYPE ⁽²⁾
N°1	70%	Projet
N°2	10%	Participation
N°3	10%	Présence
N°....	10%	Travail de groupe

(1) – Pourcentage : 20%, 30%, 40%, 50%, 60%, 70%, 80%

(2) – Type : Devoir écrit, Présence, Participation, Travail de groupe, Etude de cas, Projet, Autre (précisez)

TITRE DU COURS : Scénarisations audiovisuelles

TYPE : TD

NOMBRE D'HEURES : 20

OBJECTIFS :

- Le développement d'un projet tuteuré dans le parcours

PREREQUIS :

- Aucun

RESUME DU COURS :**Groupe 1 : spécialisation « Webdocs et webséries »**

Le TD est scindé en deux parties : web fiction et web documentaire.

Deux écritures distinctes pour un même support. La partie web doc permet d'explorer une notion d'écriture décomposée et multimédia -image fixe et vidéo, narration linéaire et non-linéaire.

La partie web fiction permet d'intégrer les notions scénaristiques traditionnelles et sérielles en formats courts : 1 à 2 minutes au plus court, 10 minutes au plus long comme dans le genre émergent du 10x10 sur smartphone (10 épisodes de 10 minutes).

ans les deux cas, ce cours donne lieu à des réalisations concrètes : séquentier, bibles sérielles, écriture ou réalisation et montage d'un épisode ou d'un trailer...

Groupe 2 : spécialisation "Transmédiias"

Le TD a deux volets, théorique et pratique.

Côté théorique, il aborde la notion de transmédia : « processus dans lequel les éléments d'une fiction sont dispersés sur diverses plateformes médiatiques dans le but de créer une expérience de divertissement coordonnée et unifiée ». Soit un procédé narratif qui intègre : un univers cohérent et infini, du participatif, de l'immersif, de l'expérience, de l'interaction et du multi-média.

Côté pratique, ce cours a pour objet de développer un projet fictionnel transmédia sur trois réseaux sociaux : Instagram, Facebook et Twitter Exemples : Une campagne de publicité basée sur une structure narrative ; une campagne de promotion scénarisée ; une série trans-média pour une chaîne de TV ou une chaîne web ; un web documentaire pour un site d'information ; un unitaire ou une émission de divertissement pour une maison de production.

EVALUATION (CC – Minimum 2 Epreuves)

EPREUVES	POURCENTAGE ⁽¹⁾	TYPE ⁽²⁾
N°1		
N°2		
N°3		

(1) – Pourcentage : 20%, 30%, 40%, 50%, 60%, 70%, 80%

(2) – Type : Devoir écrit, Présence, Participation, Travail de groupe, Etude de cas, Projet, Autre (précisez)

TITRE DU COURS : Formats courts**TYPE : TD****NOMBRE D'HEURES : 20****RESUME DU COURS :**

Les étudiants ont le choix entre deux ateliers d'écriture :

- un atelier d'analyse et d'écriture journalistique et documentaire,
- un atelier d'analyse et d'écriture de fictions.

Sur la base d'une fiche projet, les étudiants créent un concept de podcast et écrivent et enregistrent un épisode.

Phase préliminaire

Déterminer un genre

Déterminer un thème

En fonction du genre choisi, faire un premier tour sur :

- le type de narration (pour les genres fictionnels) ou,
- l'agencement des faits (genre documentaire ou informationnel)
- l'accompagnement sonore et musical.

Déterminer le format (durée, fréquence de diffusion, publics visés, etc.)

Déterminer l'ambiance générale du podcast (= comment le son, la voix, la musique peuvent créer, rendre audible donc perceptible votre univers)

Phase préparatoire

Envisager une saison entière : plusieurs épisodes formant un tout (cohérence, distribution de la narration, schéma narratif, suspense ou mise en tension narrative, etc.) et la découper en épisodes.

Lister les éléments clés permettant d'identifier votre podcast : pitch, introduction et outro, organisation de chaque épisode, insertion de l'épisode dans la saison, identité visuelle ?, etc.

Sélectionner des musiques, des sons, etc.

Envisager et planifier des prises de son en extérieur

Envisager le ou les types de voix dont vous aurez besoin

Sélectionner (parmi votre entourage) des acteurs, mais peut-être aussi des bruiteurs (en fonction de vos besoins)

Distribuer les rôles au sein du groupe projet et planifier les apports/livrables de chacun

Envisager des moments de discussion, voire de recadrage du projet

Écouter et évaluer ensemble les musiques et sons sélectionnés

Phase créative

Déterminer un arc narratif général (qui se développe sur la saison) et des micro-arcs narratifs pour chaque épisode (écriture fictionnelle)

Déterminer une ligne éditoriale (qui donne sens à votre projet et à la saison) et les rubriques ou éléments plus spécifiques à développer et qui respecteront cette ligne éditoriale (écriture journalistique)

L'écriture documentaire se situe à « l'intersection » de ces deux premiers types d'écriture

(1) – Pourcentage : 20%, 30%, 40%, 50%, 60%, 70%, 80%

(2) – Type : Devoir écrit, Présence, Participation, Travail de groupe, Etude de cas, Projet, Autre (précisez)

- > viser un documentaire de création développant un point de vue d'auteur
- Envisager ce que vous allez développer dans le premier épisode (qui sera réalisé en entier)
- Écrire son intro et son outro (éléments répétitifs, présents sur chaque épisode et assurant la signature auditive et de style de votre podcast)
- Écrire le premier épisode
- Enregistrement et montage

TITRE DU COURS : Nouvelles images et immersive design

TYPE : TD

NOMBRE D'HEURES : 20

OBJECTIFS :

- Acquérir les notions élémentaires à la gestion de projets multimédia et interactifs
- Mobiliser des savoir-faire en équipe
- Proposer un dossier de production cohérent et conforme aux attentes professionnelles

PREREQUIS :

- Cours de L1 et L2 en écriture et scénarisation et en conception audiovisuelle

RESUME DU COURS :

Ce TD a pour objectif la mise en projet d'un contenu interactif : application web/smartphone/tablette, jeu vidéo, serious game, VR, réalité augmentée/mixte... Les étudiants travaillent en groupe, et produisent un cahier des charges (objectifs, besoins, publics, mood board, principes immersifs...), et une première ébauche de création (scénario, story-board, arborescence, Wireframe...). Chaque séance de travail est ponctuée d'un cours introductif : introduction à l'immersion et aux contenus immersifs, introduction à l'interactivité, aux principes d'écriture du jeu vidéo, à la conception VR, à l'organisation et à la représentation des contenus, aux interfaces, à la nomenclature des médias, à la cartographie de l'expérience utilisateur, à la méthode OOUX, à la monétisation de la webproduction.

COMPETENCES ACQUISES A LA FIN DU COURS :

- Maîtrise du vocabulaire et du processus de production et de fabrication
- Acquisition de compétences créatives dans le domaine de la webproduction
- Capacités à gérer une équipe professionnelle aux compétences diverses et complémentaires

EVALUATION (CC – Minimum 2 Epreuves)

EPREUVES	POURCENTAGE ⁽¹⁾	TYPE ⁽²⁾
N°1	50	Cahier des charges
N°2	50	Dossier de conception
N°3		
N°....		

(1) – Pourcentage : 20%, 30%, 40%, 50%, 60%, 70%, 80%

(2) – Type : Devoir écrit, Présence, Participation, Travail de groupe, Etude de cas, Projet, Autre (précisez)

TITRE DU COURS : Approche numérique des organisations

TYPE : CM

NOMBRE D'HEURES : 20

OBJECTIFS :

- Comprendre le contexte d'émergence et l'évolution de l'introduction du numérique au sein des organisations contemporaines, publiques, privées et associatives
- Comprendre les principales approches et concepts étudiant le déploiement du numérique au sein des organisations
- Identifier les acteurs et les métiers impliqués par la transformation numérique des organisations
- Développer une réflexion critique sur la transformation numérique et ses effets à l'échelle de l'organisation et à celle de la société
- Appréhender les enjeux et les perspectives organisationnels, managériaux et sociétaux du numérique au sein des organisations

PREREQUIS :

- Bac+2 en lien direct avec l'info-communication (BTS, L2, notamment)

RESUME DU COURS :

Il s'agit pour les étudiants d'appréhender de manière réflexive et selon une approche critique la transformation numérique et digitale des organisations. Plus précisément, les étudiants seront amenés à apprécier les différentes étapes du déploiement du numérique au sein des organisations de toutes natures (privées/publiques/associatives), d'en mesurer les modalités, les freins et les effets tant à l'échelle de l'organisation que de la société, ainsi que de discuter des perspectives attendues de développement du numérique au sein des organisations, en termes de technologies, de métiers et d'activités concernées.

COMPETENCES ACQUISES A LA FIN DU COURS :

- Mobiliser des dispositifs numériques adaptés à une organisation (selon structure, effectifs, activité, ressources, culture, type de projet, etc.)
- Mobiliser efficacement des équipes/des acteurs dans un projet de transformation/d'évolution numérique
- Comprendre les freins et risques d'un projet de transformation numérique au sein d'une organisation

EVALUATION (CC – Minimum 2 Epreuves)

EPREUVES	POURCENTAGE ⁽¹⁾	TYPE ⁽²⁾
N°1	50%	Travail de groupe (4 à 6 étudiants selon effectifs) sur cas en lien avec le cours proposé par l'enseignant avec dépôt sur Moodle
N°2	50%	Épreuve terminale – Devoir écrit (dissertation)

(1) – Pourcentage : 20%, 30%, 40%, 50%, 60%, 70%, 80%

(2) – Type : Devoir écrit, Présence, Participation, Travail de groupe, Etude de cas, Projet, Autre (précisez)

TITRE DU COURS : Management des ressources humaines

TYPE : CM

NOMBRE D'HEURES : 20

OBJECTIFS :

- Comprendre les nouveaux enjeux liés à la fonction RH dans ses missions, ses pratiques au quotidien et ses méthodes
- Appréhender l'écosystème des RH en interne et externe
- Comprendre les particularités et les risques de la GRH
- Comprendre la logique d'action et les stratégies RH entre évolutions juridiques, sociétales et économiques

PREREQUIS :

- Cours de L2

RESUME DU COURS :

Cours destiné à des non-spécialistes qui vise à explorer la fonction RH, son management, ses acteurs, ses activités, missions et les enjeux et risques internes/externes avec lesquels elle doit composer (numérique, intelligence artificielle, dynamiques sociétales et sociales, RSE, inclusion, dialogue social, cadre juridique, etc.). Le cours est organisé en 4 temps : I. Définition et positionnement de la fonction RH / II. De la GRH à son management : faire des RH une stratégie / La GRH en pratique / La gestion sociale des RH

COMPETENCES ACQUISES A LA FIN DU COURS :

- Identifier les acteurs du management RH au sein des organisations
- Connaître les principales missions des RH
- Connaître le cadre règlementaire des RH en interne et en externe
- Identifier les enjeux macro, méso et micro (économique, socio-culturel, politique) qui pèse sur le management des RH

EVALUATION (CC – Minimum 2 Epreuves)

EPREUVES	POURCENTAGE ⁽¹⁾	TYPE ⁽²⁾
N°1	33 %	Devoir écrit
N°2	33%	Étude de cas
N°3	33%	QCM
N°....		

(1) – Pourcentage : 20%, 30%, 40%, 50%, 60%, 70%, 80%

(2) – Type : Devoir écrit, Présence, Participation, Travail de groupe, Etude de cas, Projet, Autre (précisez)

TITRE DU COURS : Communication interne et numérique**TYPE : TD****NOMBRE D'HEURES : 20****OBJECTIFS :**

- Situer, comprendre et exposer les conditions d'une problématique complexe et systémique de communication interne dans l'organisation, devant son contexte interne et les apports du numérique
- Analyser et porter un regard critique et systémique sur la qualité de la CI de l'organisation, devant les menaces et les opportunités de son contexte organisationnel, managérial, culturel, de ses RH et du numérique.
- Évaluer en quoi le numérique peut constituer une réponse à la problématique de CI de l'organisation

PREREQUIS :

- Disposer d'une première approche sur les outils de la communication interne et leurs usages (rappels fournis en bibliographie)

RESUME DU COURS :

L'importance et les enjeux de la communication interne dans les organisations ne sont plus à démontrer tant cette dimension constitue, sous ses multiples aspects, un vecteur considérable de fonctionnement et de valorisation du capital humain dans l'entreprise. Largement questionnée dans l'univers de cette dernière, mais aussi, de façon plus générale, dans les réflexions sur l'organisation, la communication interne continue de se situer tant au cœur des problématiques actuelles de communication organisationnelle que, corollairement, au centre des questions de management, de ressources humaines ou encore de culture d'entreprise. De surcroît, avec l'intégration du numérique dans l'entreprise, la communication interne se trouve exposée à de nouvelles perspectives dignes d'un grand intérêt.

COMPETENCES ACQUISES A LA FIN DU COURS :

- A la fin de ce cours, l'étudiant doit être capable d'atteindre les 3 objectifs cités ci-dessus.

EVALUATION (CC – Minimum 2 Epreuves)

EPREUVES	POURCENTAGE ⁽¹⁾	TYPE ⁽²⁾
N°1	50	Dossier par équipe
N°2	50	Soutenance orale par équipe
N°3	Boni	Evaluation par les pairs
N°....		

(1) – Pourcentage : 20%, 30%, 40%, 50%, 60%, 70%, 80%

(2) – Type : Devoir écrit, Présence, Participation, Travail de groupe, Etude de cas, Projet, Autre (précisez)

TITRE DU COURS : Communication événementielle

TYPE : TD

NOMBRE D'HEURES : 20

OBJECTIFS :

- Acquérir les outils théoriques et méthodologiques pour bâtir un **projet événementiel**
- Apprendre à élaborer un plan de communication autour d'un événement, avant, pendant et après.

PREREQUIS :

- Aucun

RESUME DU COURS :

Le cours se divise en deux parties :

- Une première partie plus théorique qui permettra de définir le concept d'événement selon une approche constructiviste, en convoquant les paradigmes de la communication des organisations et du marketing.
- Une deuxième partie plus opérationnelle qui montrera les outils méthodologiques pour construire un projet événementiel ainsi que le plan de communication autour de ce projet.

COMPETENCES ACQUISES A LA FIN DU COURS :

- Savoir réfléchir à l'impact du message transmis par un événement en tant que dispositif de communication
- Savoir piloter et organiser un événement
- Maîtriser la gestion des moyens humains, techniques, logistiques et communicationnels

EVALUATION (CC – Minimum 2 Epreuves)

EPREUVES	POURCENTAGE ⁽¹⁾	TYPE ⁽²⁾
N°1	50%	Présentation orale
N°2	50%	Travail de groupe sur l'organisation d'un événement
N°3		
N°...		

(1) – Pourcentage : 20%, 30%, 40%, 50%, 60%, 70%, 80%

(2) – Type : Devoir écrit, Présence, Participation, Travail de groupe, Etude de cas, Projet, Autre (précisez)

TITRE DU COURS : Communication externe et numérique

TYPE : TD

NOMBRE D'HEURES : 20

OBJECTIFS :

- Distinguer les différents moyens et approches de communication des organisations
- Situer le champ de la communication publicitaire dans le vaste univers médiatique de la communication de l'entreprise
- Analyser le contenu d'une publicité
- Distinguer les caractéristiques publicitaires des médias
- Appliquer une démarche stratégique de communication publicitaire et de création de contenus.

PREREQUIS :

- Disposer d'une première approche sur les outils de la communication externe et leurs usages (rappels fournis en bibliographie)

RESUME DU COURS :

La communication publicitaire et le numérique, ces importants vecteurs de la stratégie de communication de l'organisation, sont rapidement devenus indispensables au développement harmonieux de ces dernières. La communication de masse avec la publicité au sens moderne, s'est développée dès la seconde moitié du XIXe siècle avec l'élargissement des marchés et l'apparition des premiers mass médias comme l'affichage ou la presse, puis, un peu plus tard, le cinéma et la radio, la TV... et aujourd'hui le numérique dont l'Internet.

L'environnement de la communication externe, ajouté aux ressources du numérique sont une source d'apprentissage et de questionnements stratégiques d'un grand intérêt, ce que nous approcherons dans ce cours, sans perdre de vue pour autant, sous un angle critique, leurs dimensions manipulatoires et créatives

COMPETENCES ACQUISES A LA FIN DU COURS :

- A la fin de ce cours, l'étudiant doit être capable d'atteindre les 5 objectifs cités ci-dessus.

EVALUATION (CC – Minimum 2 Epreuves)

EPREUVES	POURCENTAGE ⁽¹⁾	TYPE ⁽²⁾
N°1	50%	Dossier par équipe
N°2	50%	Soutenance orale par équipe
N°3	Boni	Évaluation par les pairs
N°....		

(1) – Pourcentage : 20%, 30%, 40%, 50%, 60%, 70%, 80%

(2) – Type : Devoir écrit, Présence, Participation, Travail de groupe, Etude de cas, Projet, Autre (précisez)

TITRE DU COURS : Communication institutionnelle

TYPE : TD

NOMBRE D'HEURES : 20

OBJECTIFS :

- Comprendre les principaux axes et concepts de la communication institutionnelle d'organisations de toute nature, par le biais de fondamentaux théoriques et de mises en situations pratiques
- Distinguer les typologies d'écrits professionnels et situer les écrits institutionnels par ces derniers
- Acquérir les techniques d'écritures du discours institutionnel

PREREQUIS :

- Notions en information-communication

RESUME DU COURS :

Ces travaux dirigés visent à appréhender les outils et méthodes de la communication institutionnelle. Plus précisément, il s'agira de s'initier aux techniques d'écritures et de présentation des supports de communication institutionnelle selon les contextes organisationnels. Le travail de suivi et l'évaluation portent sur la réalisation d'un support institutionnel à caractère professionnel, support réalisé dans le cadre d'une stratégie de communication donnée.

COMPETENCES ACQUISES A LA FIN DU COURS :

- Procéder à un choix de support et de discours institutionnels adaptés à une stratégie
- Réaliser un support de communication institutionnelle
- Maitriser les techniques rédactionnelles du discours institutionnel

EVALUATION (CC – Minimum 2 Epreuves)

EPREUVES	POURCENTAGE ⁽¹⁾	TYPE ⁽²⁾
N°1	60%	Travail de groupe
N°2	40%	Présence, participation
N°3		
N°....		

(1) – Pourcentage : 20%, 30%, 40%, 50%, 60%, 70%, 80%

(2) – Type : Devoir écrit, Présence, Participation, Travail de groupe, Etude de cas, Projet, Autre (précisez)

TITRE DU COURS : Patrimoine et sociétés

TYPE : CM

NOMBRE D'HEURES : 20

OBJECTIFS :

- Se familiariser avec l'histoire du patrimoine depuis l'antiquité, du processus de patrimonialisation de différents types de patrimoine, maîtriser et utiliser à bon escient le vocabulaire technique
- Comprendre et assimiler les textes de l'UNESCO
- Découvrir les métiers anciens et nouveaux liés au patrimoine
- Apprendre les différents types de labels liés à la valorisation du patrimoine à l'échelle nationale

PREREQUIS :

- Le cours est dédié aux étudiants inscrits en L3, ayant des bases en communication culturelle.

RESUME DU COURS :

Il s'agira tout d'abord d'assimiler la définition et l'histoire du patrimoine, de suivre sa genèse jusqu'à l'élargissement générique contemporain (au patrimoine naturel, industriel, immatériel et subaquatique), du point de vue historique, mais aussi juridique.

Le cours aborde ensuite les différents types de protection et de labellisation à l'échelle nationale et internationale, les métiers liés à l'organisation muséale et patrimoniale et les problématiques liées au patrimoine à l'époque contemporaine, telles que le tourisme et le développement durable.

COMPETENCES ACQUISES A LA FIN DU COURS :

- Être capable de prendre des notes de manière efficace et de les réutiliser ; d'être autonome dans son travail et maîtriser la recherche documentaire et l'exploitation des différentes sources à sa disposition.
- Comprendre les différents types d'institutions culturelles et leurs labels à l'échelle nationale et internationale
- Être capable d'analyser l'organisation d'un lieu patrimonial et sa communication
- Croiser les problématiques liées au patrimoine avec d'autres questions sociales à l'ère actuelle (environnement, tourisme durable etc.)

EVALUATION (CC – Minimum 2 Epreuves)

EPREUVES	POURCENTAGE ⁽¹⁾	TYPE ⁽²⁾
N°1	30%	Élaborer un dossier en groupe sur un lieu patrimonial : choisir un lieu patrimonial, présenter et analyser : ses protections, labels, moyens de conservation, valorisation, accueil du public, dispositifs de médiation disponibles sur place ou à distance, communication, réseaux sociaux, signalétique etc.
N°2	70%	Dissertation individuelle sur une thématique liée au contenu enseigné

(1) – Pourcentage : 20%, 30%, 40%, 50%, 60%, 70%, 80%

(2) – Type : Devoir écrit, Présence, Participation, Travail de groupe, Etude de cas, Projet, Autre (précisez)

TITRE DU COURS : Médiation scientifique et culturelle**TYPE : CM****NOMBRE D'HEURES : 20****OBJECTIFS :**

- Interroger la pratique et ses pratiques de médiation par une approche interdisciplinaire
- Envisager le public comme co-constructeur des savoirs et des activités de médiation

PREREQUIS :

NC

RESUME DU COURS :

Saisir la médiation culturelle et scientifique, à la fois en tant que pratique sociale et concept opératoire engage différentes approches disciplinaires. Approche par le langage du discours de médiation, approches croisées de la question de l'interprétation, approches sociologiques, psychosociales et communicationnelles de la culture, des apprentissages et de la socialisation, approches sémiotiques et sociologiques des publics. Ces différentes approches nous permettront d'analyser et d'interroger comment différents acteurs (institutionnels, professionnels et amateurs de culture(s) et de science(s)) peuvent élaborer une construction commune de représentations et de sens.

PLAN DU COURS :

1. Le discours de médiation entre communication, transmission et co-construction des savoirs
 - 1.1 Médiation et processus langagier
 - 1.1.1 Les actes de langage
 - 1.1.2 Quelques éléments de psychologie sociale de la communication
 - 1.2 Approches croisées de l'interprétation
 - 1.2.1 Approche « esthétique » de l'interprétation
 - 1.2.2 Approche herméneutique de l'interprétation
 - 1.2.3 Approche phénoménologique de l'interprétation
 - 1.2.4 Approche sémiologique de l'interprétation
2. La dimension humaine de la médiation : approches sociologiques, psychosociales, cognitives et communicationnelles
 - 2.1 Culture et comportement : socialisation et apprentissage
 - 2.1.1 Individu et culture / socialisation et acculturation
 - 2.1.2 Apprentissage
 - 2.2 Anticiper et modéliser le comportement
 - 2.3 Construction sociale de normes
 - 2.4 Dynamique de groupe
 - 2.4.1 Le leadership
 - 2.4.2 La question de l'engagement
3. Etudes « publiques »
 - 3.1 Approches sémiotiques et sociologiques des publics

3.1.1 La Cité des Sciences et de l'Industrie

3.1.2 Parcours de visites

3.2 Usages et Appropriation

4. La médiation en pratiques

4.1 Enquête qualitative sur les médiateurs et animateurs scientifiques et leurs activités

4.2 Études de cas

TITRE DU COURS : Images et écriture de l'altérité

TYPE : TD

NOMBRE D'HEURES : 20

OBJECTIFS :

- Posséder une approche théorique de la notion d'altérité
- Analyser avec des outils sémiotiques des œuvres visuelles et discursives

PREREQUIS :

- Aucun

RESUME DU COURS :

C'est dans une perspective interdisciplinaire, relevant des humanités anciennes et modernes, que cet enseignement interroge les différents enjeux de la notion d'"altérité". Le cours s'organise autour de quatre grandes thématiques/problématiques analysées à partir d'un choix de créations visuelles, de textes d'auteurs classiques et contemporains et d'œuvres théoriques : 1. « Je est un autre » : le moi divisé ; 2. Déconstruire les identités sexuelles : altérités asymétriques et hybridation des genres ; 3. Métissage, altérités culturelles et mémoire ; 4. Altérités sociales : revoir les luttes de classe.

EVALUATION (CC – Minimum 2 Epreuves)

EPREUVES	POURCENTAGE ⁽¹⁾	TYPE ⁽²⁾
N°1	50%	Dossier
N°2	50%	Dissertation
N°3		
N°....		

(1) – Pourcentage : 20%, 30%, 40%, 50%, 60%, 70%, 80%

(2) – Type : Devoir écrit, Présence, Participation, Travail de groupe, Etude de cas, Projet, Autre (précisez)

TITRE DU COURS : Politiques et pratiques culturelles

TYPE : TD

NOMBRE D'HEURES : 20

OBJECTIFS :

- Analyse du contexte culturel territorial : politique, économique, ressources en termes de services publics, équipements de proximité, entreprises, associations
- Comprendre l'importance citoyenne des politiques publiques de la culture
- Rédaction d'un projet d'action culturelle en direction d'un public scolaire

PREREQUIS :

- Connaissance de la finalité et du fonctionnement des institutions républicaines d'état (5e république) : ministères de l'éducation nationale, de la culture, de la jeunesse, sports vie associative...
- Comprendre le contexte territorial (commune, communauté de communes, métropoles, départements, régions,), notamment en termes de politiques culturelles

RESUME DU COURS :

- De mieux comprendre l'importance des collectivités territoriales en termes de moyens et de développement culturel et artistique de service public.
- Données historiques : l'intervention culturelle des collectivités territoriales avant, puis, à nouveau, après la décentralisation
- Prise de conscience de l'importance du développement culturel local par les collectivités territoriales : efficacité et dynamisme
- Repères chiffrés en termes de dépenses culturelles des collectivités territoriales
- La rédaction sous forme synthétique d'un projet d'action culturelle pouvant répondre à une commande publique territoriale (Education Artistique et Culturelle, publics scolaires)

COMPETENCES ACQUISES A LA FIN DU COURS :

- Connaissances théoriques et pratiques en termes de politiques territoriales, notamment dans le domaine de la culture
- Les partenaires institutionnels, privés et associatifs de la culture
- Méthodologie de projet d'action culturelle

EVALUATION (CC – Minimum 2 Epreuves)

EPREUVES	POURCENTAGE ⁽¹⁾	TYPE ⁽²⁾
N°1	50%	Préprojet d'action culturelle (2/3 pages) Rendu début novembre
N°2	50%	Dossier avec rédaction individuelle - Proposition de projet finalisé d'action culturelle en direction d'un public scolaire ciblé (3/10 pages) Rendu avant fin décembre 2030

(1) – Pourcentage : 20%, 30%, 40%, 50%, 60%, 70%, 80%

(2) – Type : Devoir écrit, Présence, Participation, Travail de groupe, Etude de cas, Projet, Autre (précisez)

TITRE DU COURS : Scénographie muséale

TYPE : TD

NOMBRE D'HEURES : 20

OBJECTIFS :

- Distinguer différents types d'exposition et langages scénographiques
- Décrypter et analyser les méthodes employées par un scénographe
- Reconnaître et être capable d'analyser les éléments scénographiques utilisés dans le cadre d'une exposition muséale

PREREQUIS :

- Avoir des connaissances de base sur les institutions muséales/d'exposition

RESUME DU COURS :

Le cours sur la scénographie muséale comprend d'abord sa situation par rapport au milieu muséal, situe le métier du scénographe dans les institutions culturelles et sa spécificité par rapport à d'autres métiers auxquels il s'apparente et avec lesquels il travaille, tel que le muséographe, commissaire d'exposition, conservateur, muséologue, médiateur culturel etc.

Nous abordons ensuite comment la scénographie métamorphose les espaces d'un musée. Ce qui importe c'est l'espace et l'assemblage des œuvres entre elles qui permettent de narrer une histoire et de magnifier les œuvres, tout en se faisant discret, mais de façon que le public s'en approprie.

Cette partie théorique est complétée par des exemples et des analyses de différents types d'expositions et de langages scénographiques employés. Les étudiants apprennent ainsi à décrypter et analyser le travail du scénographe dans le but d'être capable de faire des présentations individuelles et/ou en groupe des espaces d'exposition.

COMPETENCES ACQUISES A LA FIN DU COURS :

- Connaissances théoriques en termes du développement de la scénographie muséale
- Connaissances pratiques en termes de la mise en place d'un projet scénographique dans un espace muséal/d'exposition
- Connaissances pratiques des différents éléments scénographiques et capacité de d'analyser un espace d'exposition

EVALUATION (CC – Minimum 2 Epreuves)

EPREUVES	POURCENTAGE ⁽¹⁾	TYPE ⁽²⁾
N°1	30%	Travail de groupe/analyse d'un projet de scénographie muséale
N°2	30%	Test de savoirs acquis (DST)
N°3	30%	Rédaction analytique de la scénographie d'une exposition muséale
N°4	10%	Présence

(1) – Pourcentage : 20%, 30%, 40%, 50%, 60%, 70%, 80%

(2) – Type : Devoir écrit, Présence, Participation, Travail de groupe, Etude de cas, Projet, Autre (précisez)

TITRE DU COURS : Territoire, Culture et Développement Durable

TYPE : TD

NOMBRE D'HEURES : 20

OBJECTIFS :

- L'objectif du cours est d'interroger la notion de durabilité dans les différents contextes culturels et les actions possibles mises en place par les politiques territoriales.

PREREQUIS :

- Aucun

RESUME DU COURS :

Le cours est divisé en deux parties.

La première partie, plus théorique, servira à la fois :

- à définir les concepts de développement, DD, culture et territoire et leur relations ;
- à étudier les théories et modèles socio-économiques qui sous-tendent la mise en place des principes du DD dans les politiques publiques territoriales.

La deuxième partie opérationnalise la perspective théorique à travers l'étude des ODD Objectifs du DD, des Agendas 21 et de leur impact à l'Horizon 2030.

COMPETENCES ACQUISES A LA FIN DU COURS :

- Compétences analytiques
- Compétences en Développement Durable et Responsabilité sociale

EVALUATION (CC – Minimum 2 Epreuves)

EPREUVES	POURCENTAGE ⁽¹⁾	TYPE ⁽²⁾
N°1	50%	Autre : dossier à fournir (travail individuel)
N°2	50%	Autre : dossier à fournir (travail individuel)
N°3		
N°....		

(1) – Pourcentage : 20%, 30%, 40%, 50%, 60%, 70%, 80%

(2) – Type : Devoir écrit, Présence, Participation, Travail de groupe, Etude de cas, Projet, Autre (précisez)