

Communication éditoriale et création média

Composante
Institut d'Administration des Entreprises (IAE)

Présentation

Description

Cet enseignement a différents objectifs : sensibiliser les étudiants à la complexité du monde médiatique contemporain (nombre de journaux, canaux de diffusion, complémentarité, difficultés économiques des journaux de presse écrite...) ; les amener à réfléchir aux interactions avec les réseaux socionumériques et infomédiaires (quels rôles jouent-ils ? En quoi sont-ils plus que des éditeurs de contenus ? Comment influencent-ils l'opinion publique ?...) ; leur donner les bases d'une bonne écriture journalistique (maîtrise des règles orthographiques, typographiques, construire un article avec le message essentiel, respecter la règle des 5W), mettre les étudiant-es en situation de pratique professionnelle.

Plusieurs séances sont consacrées à la création d'un média papier. Du choix du nom du titre au modèle économique, en passant par le chemin de fer, la rédaction des premiers contenus et la diffusion éventuelle du titre, chaque rédaction produit son propre journal. Enfin, chaque séance de cours débute par une revue de presse, organisée par les étudiant-es. Cet exercice les amène à débattre des sujets et à les mettre en perspective, en fonction du journal d'où émane la source et de son positionnement (ligne éditoriale).

En filigrane, chaque cours est également un rappel des pratiques de collecte et de vérification des informations.

Heures d'enseignement

TD	TD	21h
----	----	-----