
Au terme de la formation l'étudiante ou l'étudiant sera capable de:

Connaissances et compréhension:

- Définir scientifiquement la 3CIG, au-delà des stéréotypes et des divisions simplistes
- Situer le champ d'intervention de la CIG, notamment par rapport à la communication instrumentale
- Décrire les mécaniques (politiques, économiques, juridiques, sociaux) et évolutions à l'œuvre dans l'espace public contemporain en y situant la CIG, et en produisant une argumentation scientifiquement documentée
- Identifier les outils théoriques et pratiques pertinents pour proposer un projet en CIG (plus-value, diffusion, viabilité)

Application des connaissances et de la compréhension:

- Développer une expertise en CIG, en se référant aux *Media et Communication Studies* et en utilisant le raisonnement méthodique
- Utiliser les nouveaux outils (modes d'écriture, technologies, applications, consortiums, ...) disponibles dans le champ professionnel de la CIG au fur et à mesure de leur apparition
- Développer une approche critique et argumentée des outils de la CIG et de leurs usages
- Adapter les objectifs et la conception de contenus CIG innovants en fonction des opportunités et limites des plateformes numériques
- Utiliser des outils disponibles dans le champ professionnel au service de contenus et communications conformes aux diverses missions et valeurs de la CIG, mais aussi attractifs, originaux et innovants
- Concevoir une stratégie de CIG cohérente et adaptée aux objectifs fixés, aux publics et aux enjeux du mandataire
- Concevoir une stratégie de CIG inclusive et engageante pour les publics à travers des démarches participatives et délibératives (co-construction)
- Identifier les tendances en matière de techniques de 3CIG, notamment en termes de narrations et de formats

Capacité de former des jugements:

- Comparer le champ de la CIG suisse avec d'autres champs professionnels contemporains
- Évaluer les limites et la plus-value de cas pratiques (productions propres ou extérieures) en CIG en formulant d'éventuelles propositions d'amélioration
- Justifier des stratégies de communication basées sur les besoins économiques, l'état de l'espace public, les missions spécifiques et les plus-values de contenu en CIG
- Mesurer les implications juridiques et éthiques des pratiques en CIG

Savoir-faire en termes de communication:

- Concevoir des contenus innovants et transmédia (écrit, son, vidéo, numérique) pour traiter un sujet en CIG
- Défendre le rôle et le positionnement du communicant en CIG dans le débat public
- Convaincre son public de la pertinence et de la valeur d'un projet scientifique en *Media et Communication Studies* aussi bien que d'un projet de CIG

Capacités d'apprentissage en autonomie :

- Expérimenter les pratiques à l'œuvre dans la profession en mobilisant les enseignements de manière réflexive

-
- Participer aux mutations du champ professionnel en CIG en matière de contenus, de régulations, ou de valorisation
-
- Développer un savoir-être adéquat à toute situation de communication (présentation de soi, discipline émotionnelle, analyse du contexte, compétences sociales, travail en équipe, etc.) en s'appuyant sur les connaissances acquises au fil du cursus
-

Master of Arts en journalisme et communication, orientation Création de contenus et communication d'intérêt général (MA3CIG) - depuis 2021-2022						En vigueur depuis la rentrée 2021			
Semestre 1 Automne	Enseignants	ECTS Obli.	ECTS max	à option	H/hebdo	Evaluation Présentiel*	Evaluation A distance*	Statut	Réf.
Création de contenus									
Techniques rédactionnelles et méthodes de récolte d'informations	Couchevin Benoît	6	6		4+1	EI	EI	Obligatoire	5AJ2113
Connaissance de l'actualité et du monde contemporain									
Actualité: méthode, culture et institutions	Robotham Andrew, Cancela Pauline	3	3		2+1	EI	EI	Obligatoire	5AJ2099
Cadrage théorique									
Information et communication: acteurs, missions et espace public	Klapproth Stephan	3	3		2	EI	EI	Obligatoire	5AJ2115
Changements sociaux et sociétés contemporaines	Balsiger Philip		3	3	2	E	E	A option	2SC1010
Sociologie des médias numériques ¹	Salerno Sébastien	6	6		2 (4)	EI	EI	Obligatoire	5AJ2110
Pratiques de la communication									
Compétences son et vidéo	Léchoth Pierre-André, Maalouf Ziad	6	6		3+1	EI	EI	Obligatoire	5AJ2122
Compétences graphiques	Corradini David	3	3		2	EI	EI	Obligatoire	5AJ2116
Total crédits 1^{er} semestre (maximum)		27	30	3					
Semestre 2 Printemps									
Création de contenus									
Narrations et storytelling en 3CIG	Marion Philippe, Bron Jean-Stéphane, De Boni, Marc, Vrolixs Pauline	6	6		4	EI	EI	Obligatoire	5AJ2117
Cadrage théorique									
Régulations juridiques et éthiques de la CIG	Masmejan Denis, NN	3	3		2	EI	EI	Obligatoire	5AJ2118
Information et communication: publics et communautés	Amev Patrick	3	3		2	EI	EI	Obligatoire	5AJ2119
Innovation, médias et société numérique ¹	Balleys Claire (UNIGE)		6	6	4	EI	EI	A option	5AJ2053
Human Resource Management and Leadership	C. Dal Zotto		6	6	4	EI	EI	A option	
Stratégies de la communication									
Stratégies de communication de la CIG	Deschenaux Marie	3	3		2	EI	EI	Obligatoire	5AJ2121
Marketing social pour l'innovation sociale	Bezençon Valéry		6	6	4	EI	EI	A option	5EN2031
Culture visuelle									
Sémiologie des médias d'actualité	Würqler Léna	3	3		2+1	EI	EI	Obligatoire	5AJ2073
Culture visuelle et numérique	Debraine Luc		3	3	2	EI	EI	A option	5AJ2016
Pratiques de la communication									
Création et gestion de contenus web et réseaux sociaux	Pignard-Cheynel Nathalie, Lamou David	6	6		4	EI	EI	Obligatoire	5AJ2114
Total crédits 2^e semestre (maximum)		24	45	21					
Semestre 3 Automne									
Projet en 3CIG ²	Saurer Nathan, Courvoisier Lucie	9	9		4+2	EI	EI	Obligatoire	5AJ2127
Stage I		12	12		40 (x8)			Obligatoire	5AJ2036
Mémoire de stage ou mini-mémoire théorique		9	9					Obligatoire	5AJ2128
Total crédits 3^e semestre (maximum)		30	30	0					
Total crédits obligatoires		81							
Total crédits à option		24							
Nombre de crédits total à obtenir		90							

¹ Cours donné à l'UNIGE en vertu des accords Triangle Azur

EI : évaluations internes organisées au cours du semestre.

² Ce cours fonctionne sur la base des Principes régissant le fonctionnement des cours FSE impliquant des entreprises / institutions externes à la Faculté.

Modalités d'inscription et conditions de réussite :

Règlement d'études et d'examen du Master of Arts en journalisme et communication (Master of Arts in Journalism and Communication), du 25 septembre 2007, état au 14 septembre 2015.

Modalités de rattrapage après 1 échec: examen écrit de 2h durant la session d'examen de fin de semestre ou la session de rattrapage ou évaluation interne.

*Sous réserve d'exceptions, en cas de rattrapage, l'évaluation est repassée sous forme d'un examen écrit (E) pour toutes les 1^{ères} tentatives de type E, EI +E, O ou EI+O.

*Sous réserve d'exceptions, en cas de rattrapage, l'évaluation est repassée sous forme de remise d'un travail écrit individuel (EI) pour toutes les 1^{ères} tentatives de type EI

Règlement d'études et d'examen du Master of Arts en journalisme et communication (Master of Arts in Journalism and Communication), du 22 juin 2020, état au 14 septembre 2020.