



unine

UNIVERSITÉ DE
NEUCHÂTEL

FACULTÉ DES SCIENCES
ÉCONOMIQUES

Master en Création de contenus et communication d'intérêt général (MA3CIG)

L'Académie du journalisme et des médias offre une nouvelle formation de Master à la création de contenus médiatiques et communicationnels d'intérêt général.

Une formation pertinente et innovante

Cette nouvelle formation considère que les finalités de la communication se déclinent et s'adaptent bien au-delà du simple utilitarisme, dans une période où les publics (en particulier les plus jeunes) sont en quête de sens et de responsabilité (sociale, environnementale, informationnelle, etc.).

La communication enseignée dans ce cursus se situe en voisine sur le continuum de missions qui va de la recherche de la vérité (pour le journalisme) à la « simple » efficacité et rentabilité (pour la communication utilitariste). Elle s'appuie sur des valeurs telles que le bien public, la durabilité ou l'authenticité, mobilisées par divers acteurs (institution publiques, organisations ou associations oeuvrant dans la santé, le développement durable ou territorial, l'éducation, et bien d'autres).

L'enseignement de cette communication d'intérêt général est actualisé par une recentration sur les publics (actifs), l'innovation (digitale ou non), les emprunts à des narrations venues de divers horizons (informationnels, fictifs, numériques, interactifs, participatifs,...), ou encore la réflexion sur les diverses finalités de la création de contenus ainsi que la mise en œuvre et la viabilité d'une communication d'intérêt général (droit, management, entrepreneuriat, e-reputation,...).

Public cible

Le Master en Création de contenus et communication d'intérêt général entend se distinguer des formations purement théoriques d'un côté, et exclusivement pratiques et utilitaristes de l'autre, en proposant une approche qui combine excellence académique et ancrage concret. La formation privilégie les pédagogies innovantes, pluridisciplinaires et collaboratives, incluant les acteurs du monde de la communication d'intérêt général et des médias à travers la réalisation de projets et l'intervention de chargé-e-s d'enseignement spécialisé-e-s.

Titre décerné

Ma en Création de contenus
et communication d'intérêt général

Crédits

90 ECTS, 3 semestres

Langue d'enseignement

Français

Conditions d'admission

La procédure et les conditions d'admission détaillées sont sur www.unine.ch/unine/home/admission/admissionMaster/s_inscrire_a_L_unine.html

Délai d'inscription

Repoussé au-delà du délai usuel du 30 avril pour la rentrée 2020, (voir sur la page des conditions d'admission)

Immatriculation

Bureau des immatriculations
Av. du 1^{er}-Mars 26
CH-2000 Neuchâtel
www.unine.ch/immatriculation

Contact et information

Académie du journalisme et des médias
messagerie.ajm@unine.ch
www.unine.ch/ajm





Compétences acquises

Le Master en Création de contenus et communication d'intérêt général vise à former de futur-e-s professionnel-le-s agiles, réflexifs/réflexives et créatifs/créatives, capables de produire des contenus pertinents et innovants, et de mettre en place des stratégies de communication en phase avec les évolutions de la société et les attentes des citoyen-ne-s, tout en pensant et en faisant évoluer les missions qui fondent leurs pratiques et l'espace public auquel ces dernières participent.

Perspectives professionnelles

Type de profils : chargé-e ou responsable de communication, producteur/rice de contenus, concepteur/rice de projets médiatiques et numériques.

Secteurs d'activité : institutions publiques (santé, science, état,...), organismes privés ou semi-privés (ONG, associations à but non-lucratif, certaines entreprises), médias, organismes d'éducation aux médias, certains organismes de communication politique, ...

Structure de la formation

La formation s'étend sur 3 semestres et compte 90 crédits ECTS. Elle forme à la création de contenus, aux pratiques et aux stratégies en matière de communication, ou encore à la connaissance de l'actualité et du monde contemporain.

Un stage de 8 semaines, trouvé par l'étudiant-e avec l'aide de l'AJM et encadré conjointement par cette dernière et le donneur de stage, complété d'un rapport ou d'un mémoire, clôt la formation. Le plan d'études intègre un certain nombre d'options qui permettent aux étudiant-e-s d'approfondir des domaines en fonction de leurs intérêts.



Plan d'études

1^{er} semestre

Création de contenus

- Techniques rédactionnelles et méthodes de récolte d'informations
- Création et gestion de contenus web et réseaux sociaux

Connaissance de l'actualité et du monde contemporain

- Actualité: culture et institutions

Cadrage théorique

- Information et communication : acteurs, missions et espace public
- Changements sociaux et sociétés contemporaines
- Sociologie des médias numériques

Pratiques de la communication

- Compétences graphiques

2^e semestre

Création de contenus

- Narrations et storytelling en création de contenus et communication d'intérêt général

Cadrage théorique

- Régulations juridiques et éthiques de la communication d'intérêt général
- Information et communication: publics et communautés
- Culture de masse, culture populaire

Stratégies de la communication

- Stratégies de communication d'intérêt général
- Marketing social pour l'innovation sociale

Culture visuelle

- Sémiologie des médias d'actualité
- Culture visuelle et numérique

Pratiques de la communication

- Compétences son et vidéo

3^e semestre

- Projet en création de contenus et communication d'intérêt général
- Stage
- Mémoire de stage ou mini-mémoire théorique