

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	Lécho 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	Cancela Pauline, Bron Jean-Stéphane, De Boni, Marc, Vrolix 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	6	4	EI	EI	A option	5EN2031
Culture visuelle									
Sémiologie des médias d'actualité	Würgler 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, Lamon David	6	6		4	EI	EI	Obligatoire	5AJ2114
Total crédits 2^o semestre (maximum)		24	45	21					
Semestre 3 Automne									
Projet en 3CIG ²	Saurer Nathan, NN	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^o 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'examens du Master of Arts en journalisme e 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'examens de fin de semestre ou la session de rattrapage ou évaluation interne.

*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.

*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'examens du Master of Arts en journalisme e et communication (Master of Arts in Journalism and Communication), du 22 juin 2020, état au 14 septembre 2020.