

Master 2 Information - communication

Parcours Audiovisuel et médias numériques

SEMESTRE 9

Unités d'enseignement de tronc commun (12 crédits - 96h)

UE 1 - Sciences de l'information et de la communication (6 crédits - 48h)

- Médias et médiatisation (2 crédits - 16hCM)**
 Le cours présente les enjeux et problématiques info-communicationnels dans le champ des médias et des nouveaux médias. Il s'agit ainsi de définir les médias, de comprendre leur rôle social et les processus de médiatisation sur le temps long, de présenter les différentes approches permettant d'analyser les médias dans leurs différentes dimensions (socio-économiques, socio-politiques, socio-discursives), d'approfondir la question des écritures médiatiques (genres différenciés et information journalistique), tant du point de vue de leur production que de leur consommation par les publics, et enfin d'interroger des notions telles que la construction des problèmes publics et des événements, l'impact annoncé des médias...
- Plateformes, données et algorithmes (2 crédits - 16h CM)**
 Cet enseignement constitue une présentation synthétique des enjeux communicationnels liés au déploiement des plateformes numériques. Trois aspects seront plus particulièrement traités dans le cadre de cet enseignement : (1) la mise en place des stratégies de « plateformes » et leur adaptation à différents champs sociaux (2) l'analyse des données numériques comme ressources « essentielles » et (3) les processus d'automatisation algorithmique et ceux que l'on rapporte désormais à « l'intelligence artificielle » dans la configuration des activités et produits communicationnels.
- Dispositifs numériques, usages et pratiques (2 crédits - 16h CM)**
 Ce cours propose d'explorer des dispositifs dans les champs de la communication (entreprise, médias numériques, etc.) en s'intéressant aux technologies mais aussi à d'autres sphères d'activités humaines et sociales. Au travers d'une question : comment se tissent les relations des hommes et de leurs techniques ?, nous montrerons l'importance des contextes des usagers, entre liberté et contrainte, qui contribuent aux usages et aux pratiques contemporaines.

UE 2 - Méthodologies en information-communication (3 crédits - 28h)

- Problématisation de recherche (1,5 crédits - 16h CM et TD)**
 Ce cours vise la rédaction d'une note de recherche et a pour objectif d'apprendre à construire et à traiter un sujet : choix d'un cadre théorique, formulation d'hypothèses de travail, élaboration d'une méthodologie et délimitation d'un terrain.
- Recherche bibliographique (1,5 crédits - 12h CM et TD)**
 Cet enseignement méthodologique est complémentaire de la Problématisation de recherche, ces deux cours ayant pour objectif d'acquérir des méthodes en vue de la rédaction du mémoire au semestre 10.
 Il a pour objectif d'appréhender les outils et les méthodes de recherche d'information en lien avec une problématique de recherche, de connaître et comprendre la diversité des sources d'information, de sélectionner des sources et évaluer la pertinence de l'information, de mettre en forme des références bibliographiques (Zotero), d'élaborer une bibliographie sélective présentée par genres documentaires.
 En outre, le cours offre une initiation à la lecture savante en vue de la prise de notes, et à la rédaction scientifique plus spécifiquement sur les diverses façons de faire référence à autrui (modes de citations) dans une production académique.

UE 3 - Langue de spécialité (3 crédits - 20h)

- Anglais spécialisé (3 crédits - 20hTD)**
 L'enseignement en anglais spécialisé se concentre lors de ce troisième semestre de master sur « l'anglais scientifique en communication ».

Objectifs

Former en deux ans des professionnels de la communication spécialisés en conception de projets numériques ou audiovisuels. La formation permet d'acquérir des compétences en matière de commande, direction de projet, étude, conception, écriture, réalisation, production et gestion dans le domaine du numérique et de l'audiovisuel. Les étudiants ont vocation à intervenir dans la phase amont des projets de communication afin de concevoir des messages audiovisuels narratifs, linéaires ou interactifs ainsi que des messages multimédias au sein des médias numériques.

Débouchés

chef de projet audiovisuel, chargé ou assistant de production, réalisateur, chargé de post-production, assistant ou attaché de réalisation audiovisuelle ;

chef de projet (multimédia, web, numérique, digital), concepteur (multimédia, e-learning, interface), responsable de conception de communication numérique, réalisateur multimédia, webdesigner, designer (UX, interface), chargé ou assistant de production ;

scénariste transmédia, réalisateur transmédia, producteur transmédia, architecte narratif, etc.

Unités d'enseignement de spécialité (12 crédits - 88h)

UE 4 - Numérique et industries de la communication (6 crédits - 44h)

- **Enjeux contemporains des industries de la culture et de la communication (3 crédits - 20hCM)**
Cet enseignement traite des enjeux contemporains de l'industrialisation de la culture et de la communication au regard des médias numériques. Il interroge les relations entre industries de la communication (dont les GAFAM) et industries culturelles (ex. dans le cadre du dit "Web 2.0") mais aussi les interrelations entre les filières culturelles (notamment dans des logiques dites "transmédias") et l'apparition voire la multiplication de nouveaux intermédiaires (dont les plateformes numériques intégrant des algorithmes et exploitant le Big Data). Il envisage à la fois les pratiques de création et de consommation de contenus culturels et médiatiques. Enfin il met à distance la « gratuité » d'accès aux contenus et des services proposés.
- **Communication numérique et éditorialisation des contenus (3 crédits - 24hCM/TD)**
Cet enseignement présente les caractéristiques du web collaboratif et des espaces numériques de diffusion de l'information. Les principes de fonctionnement et des exemples d'usages pour chaque type de services sont abordés : plateformes d'expression, services de partage et de gestion de contenu, web-services et outils collaboratifs.
Veille, référencement et éditorialisation des contenus sont mis en jeu dans la construction de formes d'identité numérique institutionnelle par l'usage stratégique des différents outils et services en ligne.

UE 5 - Stratégies, dispositifs et publics (6 crédits - 44h)

- **Numérique et audiovisuel : publics et réception (3 crédits - 20hCM)**
Cet enseignement aborde, dans une perspective critique, la réception des contenus audiovisuels, cinématographiques, médiatiques, par les publics, notamment sur via des dispositifs numériques. Il met en lumière les publics imaginés et construits à travers les discours d'escorte. Il met à distance les supposés "effets" des médias et des images, et envisage les formes plurielles de réception active des publics. Films, séries, programmes télévisuels donnent lieu à des interprétations multiples, différenciées, s'éloignant parfois des intentions de l'auteur et s'inscrivant dans les pratiques tant individuelles que collectives des publics. Il s'agit aussi d'identifier les publics de la télévision, du cinéma, des médias numériques, de la VOD, ou encore des festivals et de comprendre leurs pratiques de réception des images, films et vidéos. Le cours aborde les formes de critiques et de traitement médiatique des objets en circulation. Enfin, il présente les dispositifs et espaces de diffusion en mettant en lumière leurs logiques de fonctionnement : chaînes télévisées, salles, festivals, réseaux sociaux etc. ; les stratégies de promotion et d'événementialisation à l'œuvre ou encore de médiation envers les publics.
- **Dispositifs numériques et espaces : enjeux et pratiques (3 crédits - 24hCM/TD)**
Ce cours a pour objectif de découvrir les enjeux liés à la production de dispositifs numériques au sein d'espace de valorisation culturelle et patrimoniale (expositions, musées, galeries scientifiques, espaces naturels ou touristiques...), en approfondissant notamment la notion de médiation culturelle numérique et de visiteur-lecteur, différente de celle de « l'expérience - usager » sur laquelle est centrée la production de dispositifs numériques classiquement.
Les étudiants se nourriront des apports théoriques, des lectures et des études de cas proposés par les enseignantes pour concevoir une offre numérique pour une institution culturelle identifiée. Ce projet de simulation pourra ensuite être présenté à de futurs recruteurs.

Unités d'enseignement d'ouverture (6 crédits - 40h ou 120h)

1 UE au choix parmi 2

UE 6 - Professionnalisation en communication audiovisuelle et numérique (6 crédits - 120h)

- **Conception et innovations (3 crédits - 60hTD)**
Ce cours aborde les questions d'innovations, de création et de créativité dans la conception d'un projet audiovisuel-numérique. Il amène les étudiants à concevoir et gérer, par sous-groupe pluridisciplinaire composé d'étudiants des deux options (communication numérique et communication audiovisuelle), un projet en élaborant une stratégie de communication et de diffusion ainsi qu'en mettant en œuvre des principes de management d'équipe composée de métiers divers et compétences plurielles. Il conduit enfin les étudiants à construire une stratégie d'insertion professionnelle en créant un projet professionnel et personnel et en se projetant dans la recherche de stages et d'emplois.

2 EC au choix parmi 2 :

- **Ateliers créatifs numériques (3 crédits - 60hTD)**
Des ateliers créatifs numériques sont proposés aux étudiants afin de nourrir leur projet professionnel de fin d'études. Ils participent par exemple à des ateliers de collecte et de visualisation de données (Datadesign) ; d'élaboration d'expérience interactive (dans le cadre d'un récit interactif : webdocumentaire, websérie ou sur une application mobile notamment) ; de conception de projet multi-supports (reposant sur une écriture transmédia et pouvant inclure l'internet des objets). Ces ateliers sont ouverts aux étudiants des deux options (communication numérique et communication audiovisuelle) dans la limite de 12 places disponibles par atelier.
- **Ateliers créatifs audiovisuels (3 crédits - 60hTD)**
Des ateliers créatifs audiovisuels sont proposés aux étudiants afin de nourrir leur projet professionnel de fin d'études. Ils participent par exemple à des ateliers de montage créatif d'archives audiovisuelles et cinématographiques ; d'élaboration de création d'objets sonores en construisant par le design sonore une expérience auditive ; de création de vidéos mobiles et immersives, en tournant avec des téléphones portables ou autres petits appareils vidéographiques (caméras 360, réalité virtuelle...). Ces ateliers sont ouverts aux étudiants des deux options (communication numérique et communication audiovisuelle) dans la limite de 12 places disponibles par atelier.

UE 6 - Professionnalisation, recherche et étude en information-communication (6 crédits - 40h)

- **Recherche en action (3 crédits - 20hCM/TD)**
Ce cours a pour objectif de mettre les étudiants en situation de conduite de projets de recherche à partir de programmes de recherche spécifiques. Il s'agit ainsi d'initier les étudiants à des projets de recherche concrets par des mises en situation, à des actions ponctuelles nécessitant la mise en œuvre d'outils et de méthodes acquises durant la formation. Il favorise l'acquisition de compétences de restitution des résultats à partir de méthodologies diversifiées.
- **Méthodologie de la recherche (3 crédits - 20hCM/TD)**
Ce cours a pour objectif d'apprendre à construire et à traiter un sujet en mettant en avant les modalités de problématisation. Il aborde la méthodologie à travers plusieurs étapes : choix d'un cadre théorique, formulation d'hypothèses de travail, élaboration d'une méthodologie et délimitation d'un terrain. Ce cours présente également les sources spécialisées (archives ouvertes, bases de données, outils de gestion bibliographique), leur sélection, leur évaluation et leur utilisation.

SEMESTRE 10

Unités d'enseignement de tronc commun ou d'ouverture (30 crédits)

1 UE au choix parmi 2

UE 1 - Professionnalisation en communication audiovisuelle et numérique (30 crédits)

- **Stage long en France ou à l'étranger (6 crédits)**
Ce stage long (minimum 18 semaines) a pour objectif de procurer aux étudiants une expérience approfondie des milieux professionnels et la possibilité de réalisations concrètes menées en autonomie, avec le tutorat d'un membre de l'équipe pédagogique et d'un maître de stage professionnel. C'est la dernière étape de préparation de l'insertion professionnelle des étudiants.
- **Mémoire de recherche et soutenance (24 crédits)**
L'objectif est de réaliser un mémoire de recherche, en mettant en œuvre une réflexion distanciée et critique d'une problématique en lien avec des questionnements du champ professionnel et disciplinaire des sciences de l'information et de la communication. La soutenance permet d'acquérir les compétences d'une présentation scientifique du travail de recherche.

UE 1 - Professionnalisation, recherche et étude en information-communication

(30 crédits - 48h)

- **Communication, médias et champs sociaux (3 crédits - 24hCM)**
Cet enseignement constitue un séminaire par visio-conférence commun à 4 Universités : L'UGA, Sorbonne Paris Nord, l'Université du Québec à Montréal et l'Université d'Antananarivo (Madagascar). Le séminaire se propose de traiter d'une thématique « transversale » sur laquelle des enseignants-chercheurs de chaque université vont intervenir. L'objectif est ainsi de croiser des points de vue et des cultures scientifiques variés sur un sujet au cœur des préoccupations scientifiques et sociales du moment.
- **Communication internationale (3 crédits - 24hCM)**
Cet enseignement est lié aux activités de la Chaire Unesco « Communication internationale ». Il est proposé chaque année par un.e enseignant.e-chercheur.e de nationalité différente, en lien avec ses travaux de recherche. Il s'agit notamment de présenter des terrains et des méthodes qui sont souvent éloignés de ceux pratiqués par les approches francophones en Sciences de l'information et de la communication, avec des objets de recherches qui s'ancrent néanmoins dans des problématiques communes.
- **Mémoire de recherche et soutenance (24 crédits)**
L'objectif est de réaliser un mémoire de recherche, en mettant en œuvre une réflexion distanciée et critique d'une problématique en lien avec des questionnements du champ professionnel et disciplinaire des sciences de l'information et de la communication. La soutenance permet d'acquérir les compétences d'une présentation scientifique du travail de recherche.



RESPONSABLE

Formation initiale

Laurie Schmitt
bureau 227

Tél. : 04 56 52 87 42
laurie.schmitt@univ-
grenoble-alpes.fr

SECRETARIAT

llasic-master-amn@univ-
grenoble-alpes.fr

bureau 122

ouvert du lundi au
vendredi
Tél. : 04 56 52 87 41

Site de la formation

<http://www.clic-et-clap.fr>