

**MASTER OF ARTS EN JOURNALISME ET COMMUNICATION, ORIENTATION CRÉATION DE CONTENUS ET
COMMUNICATION D'INTÉRÊT GÉNÉRAL (MA3CIG), 90 ECTS**

| Code | Cours | Enseignant-e-s | ECTS | H/se- maine | Evaluation | Status |
|--|--|---|------------------|----------------|-------------------------|-------------|
| Semestre 1 Automne | | | | | | |
| 5AJ2131 | Théories et mission de la communication d'intérêt général | A. Dubied | 3 | 2 | EI | Obligatoire |
| 5AJ2122 | Compétences son et vidéo | P.-A. Léchoy ; Z. Maalouf | 6 | 4+1 | EI | Obligatoire |
| 5AJ2116 | Compétences visuelles et graphiques | D. Corradini | 3 | 2 | EI | Obligatoire |
| 5AJ2113 | Techniques rédactionnelles et recherche d'informations | L. Uberschlag ; S. Martin-Vavasseur ; C. Détraz ; H. Détraz | 6 | 4+1 | EI | Obligatoire |
| 5AJ2121 | Stratégies de communication de la CIG | M. Deschenaux | 3 | 2 | EI | Obligatoire |
| 5AJ2130 | Médiatisation de la science et des problèmes complexes | O. Dessibourg | 3 | 2 | EI | Obligatoire |
| | Option de complément ou de spécialisation^{4,7} | | | | | |
| 5AJ2148 | Outils numériques et IA pour le journalisme et la création de contenus | A. Descampe ; N. Becquet | 3 | 2 | EI | A option |
| 5AJ2129 | Méthodes qualitatives des sciences sociales pour la communication et le journalisme | A. Dubied | 3 | 2 | EI | A option |
| 5AJ2079 | Initiation à l'OSINT et au traitement des données | D. Zufferey ; L. Motet | 3 | 2 | EI | A option |
| 5AJ2099 | Actualité : méthode, culture et institutions | A. Robotham | 3 | 2+1 | EI | A option |
| 2SC1010 | Changements sociaux et sociétés contemporaines ³ (FLSH) | P. Balsiger | 3 | 2 | E | A option |
| Semestre 2 Printemps | | | | | | |
| 5AJ2118 | Régulations juridiques et éthiques de la communication ¹ | NN ; V. Gorin | 3 | 2 | EI | Obligatoire |
| 5AJ2147 | Théories de l'information et de la communication | A. Robotham | 3 | 2 | EI | Obligatoire |
| 5AJ2146 | Management et économie des organisations en communication et médias | S. Benoit-Godet ; G. Hurlimann | 3 | 2+1 | EI | Obligatoire |
| 5AJ2073 | Sémiologie des images et des discours | A. Dubied | 3 | 2 | EI | Obligatoire |
| 5AJ2114 | Création et gestion de contenus web et réseaux sociaux | N. Pignard-Cheyne ; C. Bertholet | 6 | 4+1 | EI | Obligatoire |
| 5AJ2134 | Séminaire mémoires | A. Dubied | 3 | 2+1 | EI | Obligatoire |
| | Option de complément ou de spécialisation^{4,7} | | | | | |
| 5AJ2117 | Narrations et storytelling ² | A. Dubied ; NN ; M. de Boni | 6 | 4 | EI | A option |
| 3BL1228 | Service learning for communication specialists (FS) | S. Bindschedler ; P. Junier | 6 | Atelier (20j) | Contrôle continu (noté) | A option |
| 5EN2031 | Le marketing social pour l'innovation sociale (FSE) | V. Bezençon | 6 | 4 | EI | A option |
| 2GG2036 | Cours interdisciplinaire en changements climatiques et sociétés ⁶ (UNINE) | L. Schneider + Intervenant-e-s externes | 5-6 ⁵ | 2 | EI | A option |
| Semestre 3 Automne | | | | | | |
| 5AJ2127 | Projet en 3CIG ^{1a} | N. Pignard-Cheyne ; N. Saurer ; L. Courvoisier ; C. Vernet | 9 | 4+1 | EI | Obligatoire |
| 5AJ2036 | Stage I ⁶ | | 12 | 40 (x8) | | Obligatoire |
| 5AJ2133 | Mémoire appliqué | | 9 | | | Obligatoire |
| Nombre de crédits total à obtenir | | | 90 | | | |

¹ Ce cours fonctionne sur la base des Principes régissant le fonctionnement des cours FSE impliquant des entreprises / institutions externes à la Faculté.

² Nombre de places limité en raison d'impératifs pédagogiques.

³ Le présent cours ne peut être choisi que par les étudiant-es qui n'ont pas encore validé le cours dans le cadre de leurs études de bachelor à l'Université de Neuchâtel.

⁴ Ces cours peuvent être suivis au même semestre en deuxième année, à condition qu'ils soient compatibles avec le suivi des enseignements obligatoires (incluant les stages).

⁵ voir descriptif de cours pour l'attribution des 6 crédits.

⁶ Le programme peut être accompli en minimum 3 semestres ; la planification du stage peut néanmoins contraindre à étendre la durée des études sur un 4^e semestre, puisqu'elle ne dépend pas de la direction de programme. Si le stage ne peut pas être finalisé sur le semestre d'automne, il peut être réalisé sur les semestres suivants en tenant bien compte de la durée maximale des études.

⁷ Ne sont garanties compatibles avec l'horaire que les options dispensées par l'AJM.

^a Le cours est anticipé par rapport au semestre d'automne mais la note sera tout de même disponible en août/septembre.

EI : évaluations internes organisées au cours du semestre.

En cas de rattrapage, l'évaluation est repassée sous forme de remise d'un travail écrit individuel (EI), sauf exception mentionnée dans les descriptifs de cours. Les modalités d'évaluation sont précisées dans le descriptif du cours.

Modalités d'inscription et conditions de réussite : Règlement d'études et d'exams du Master of Arts en journalisme et communication (Master of Arts in Journalism and Communication).

ACQUIS DE FORMATION

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 catégorisations simplistes
- Situer le champ d'intervention de la 3CIG, notamment par rapport à la communication instrumentale
- Décrire les mécanismes (politiques, économiques, juridiques, sociaux) et évolutions à l'œuvre dans l'espace public contemporain en y situant la 3CIG, et en produisant une argumentation scientifiquement documentée

Application des connaissances et de la compréhension :

- Développer une expertise en 3CIG, en se référant aux Media et Communication Studies et en utilisant le raisonnement méthodique
- Développer une approche critique et argumentée des outils de la 3CIG et de leurs usages
- Adapter les objectifs et la conception de contenus 3CIG 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 3CIG, mais aussi attractifs, originaux et innovants
- Concevoir une stratégie de 3CIG cohérente et adaptée aux objectifs fixés, aux publics et aux enjeux du mandataire
- Concevoir une stratégie de 3CIG 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
- Utiliser les nouveaux outils (modes d'écriture, technologies, applications, consortiums, ...) disponibles dans le champ professionnel de la 3CIG au fur et à mesure de leur apparition

Capacité de former des jugements :

- Comparer le champ de la 3CIG suisse avec d'autres champs professionnels contemporains
- Évaluer les limites et la plus-value de cas pratiques (productions propres ou extérieures) en 3CIG en formulant des 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 3CIG
- Mesurer les implications juridiques et éthiques des pratiques en 3CIG

Savoir-faire en termes de communication :

- Concevoir des contenus innovants et transmédia (écrit, son, vidéo, numérique) pour traiter un sujet en 3CIG
- Défendre le rôle et le positionnement du/de la communicant-e en 3CIG dans le débat public
- Convaincre son public de la pertinence et de la valeur d'un projet en Media et Communication Studies aussi bien que d'un projet concret de 3CIG

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 3CIG 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