

**MASTER OF ARTS EN JOURNALISME ET COMMUNICATION, ORIENTATION CRÉATION DE CONTENUS ET
COMMUNICATION D'INTÉRÊT GÉNÉRAL (MA3CIG), EXPERTISE 120 ECTS**

Code	Cours	Enseignant-e-s	ECTS	H/semaine	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. Léchot ; 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
5AJ2099	Actualité : méthode, culture et institutions	A. Robotham	3	2+1	EI	Obligatoire
Option de complément ou de spécialisation⁴⁷						
5AJ2129	Méthodes qualitatives des sciences sociales pour la communication et le journalisme	A. Dubied	3	2	EI	A option
5AJ2148	Outils numériques et IA pour le journalisme et la création de contenus	A. Descampe ; N. Becquet	3	2	EI	A option
5AJ2079	Initiation à l'OSINT et au traitement des données	D. Zufferey ; L. Motet	3	2	EI	A option
2SC1010	Changements sociaux et sociétés contemporaines ³ (FLSH)	P. Balsiger	3	2	E	A option
	Cours à choix hors cursus ^b		6			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-Cheynel ; C. Bertholet	6	4+1	EI	Obligatoire
5AJ2134	Séminaire mémoires	A. Dubied	3	2+1	EI	Obligatoire
5AJ2117	Narrations et storytelling ²	A. Dubied ; NN ; M. de Boni	6	4	EI	Obligatoire
Option de complément ou de spécialisation⁴⁷						
3BL1228	Service learning for communication specialists (FS)	S. Bindschedler ; P. Junier	6	Atelier (20i)	Contrôle continu (noté)	A option
5MI2010	Information System Design ³	A. Holzer	6	4	EI	A option
5EN2031	Le marketing social pour l'innovation sociale	V. Bezençon	6	4	EI	A option
2GG2036	Cours interdisciplinaire en changements climatiques et sociétés ⁴ (UNINE)	L. Schneider + Intervenant-e-s externes	5-6 ⁵	2	EI	A option
Semestre 3 Automne						
5AJ2127	Projet en 3CIG ^{1 a}	N. Pignard-Cheynel ; N. Saurer ; L. Courvoisier ; C. Vernet	9	4+1	EI	Obligatoire
5AJ2036	Stage I ^b		12	40 (x8)		Obligatoire
5AJ2037	Stage II ^b		12	40 (x8)		Obligatoire
Semestre 4 Printemps						
5AJ2134	Séminaire mémoires	A. Dubied	3	2+1	EI	Obligatoire
5AJ2150	Mémoire de recherche		15			Obligatoire
Nombre de crédits total à obtenir			120			

¹ Ce cours fonctionne sur la base des Principes régissant le fonctionnement des cours FSE impliquant des entreprises / institutions externes à la Faculté. Il doit être inscrit à la session d'août-septembre.

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

³ Le 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 4 semestres ; la planification des stages peut néanmoins contraindre à étendre la durée des études sur un 5^e semestre, puisqu'elle ne dépend pas de la direction de programme. Si les stages ne peuvent pas être finalisés sur le semestre d'automne, ils peuvent être réalisés 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.

^b Avec accord de la directrice du programme et de l'enseignant-e concerné-e

El : évaluations internes organisées au cours du semestre.

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

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