

**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/se- maine	Evaluation	Status
<b>Semestre 1 Automne</b>						
5AJ2131	Théories et mission de la communication d'intérêt général	A. Dubied	3	2	EI	Obligatoire
5AJ2148	Outils numériques et IA pour le journalisme et la création de contenus	A. Descampe ; N. Becquet	3	2	EI	Obligatoire
5AJ2129	Méthodes qualitatives des sciences sociales pour la communication et les médias	A. Dubied	3	2	EI	Obligatoire
5AJ2099	Actualité: méthode, culture et institutions	A. Robotham	3	2+1	EI	Obligatoire
5AJ2122	Compétences son et vidéo	P.-A. Léchoy ; Z. Maalouf	6	4+1	EI	Obligatoire
5AJ2116	Compétences graphiques	M. Borboen	3	2	EI	Obligatoire
5AJ2113	Techniques rédactionnelles et méthodes de récolte d'informations	B. Couchepin	6	4+1	EI	Obligatoire
5AJ2121	Stratégies de communication de la CIG	M. Deschenaux	3	2	EI	Obligatoire
<b>Option de complément ou de spécialisation</b>						
5AJ2130	Médiatisation de la science et des problèmes complexes	O. Dessibourg	3	2	EI	A option
2SC1010	Changements sociaux et sociétés contemporaines <sup>3</sup>	P. Balsiger	3	2	E	A option
2SC2134	Croire, s'informer et débattre à l'ère numérique	D. Burnier	6	2	EI	A option
2SC2114	Défis sociaux, économiques et politiques de la numérisation	T. Jammet	6	2	EI	A option
<b>Semestre 2 Printemps</b>						
5AJ2118	Régulations juridiques et éthiques de la communication <sup>1</sup>	D. Masméjan ; 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	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	EI	Obligatoire
5AJ2134	Séminaire mémoires	A. Dubied	3	2	EI	Obligatoire
5AJ2117	Narrations et storytelling	A. Dubied, Intervenant-e-s extérieur-e-s <sup>2</sup>	6	4	EI	Obligatoire
<b>Option de spécialisation</b>						
3BL1228	Service learning for communication specialists (Faculté des sciences)	S. Bindschedler ; P. Junier	6	Atelier (20j)	Contrôle continu (noté)	A option
5MI2010	Information System Design <sup>3</sup>	Sokhn M. / De Santo A.	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 <sup>4</sup>	L. Schneider, Intervenant-e-s externes <sup>2</sup>	5-6 <sup>5</sup>	2	EI	A option
<b>Semestre 3 Automne</b>						
5AJ2127	Projet en 3CIG <sup>1</sup>	N. Pignard-Cheyne ; N. Saurer ; L. Courvoisier ; C. Vernet	9	4+2	EI	Obligatoire
5AJ2036	Stage I <sup>6</sup>		12	40 (x8)		Obligatoire
5AJ2037	Stage II <sup>6</sup>		12	40 (x8)		Obligatoire
<b>Semestre 4 Printemps</b>						
5AJ2134	Séminaires mémoires	A. Dubied	3	2	EI	Obligatoire
5AJ2150	Mémoire de recherche		15			Obligatoire
3BL1228	Service learning for communication specialists (Faculté des sciences)	S. Bindschedler ; P. Junier	6	Atelier (20j)	Contrôle continu (noté)	A option
5MI2010	Information System Design <sup>3</sup>	Sokhn M. / De Santo A.	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 <sup>4</sup>	L. Schneider, Intervenant-e-s externes <sup>2</sup>	5-6 <sup>6</sup>	2	EI	A option
<b>Nombre de crédits total à obtenir</b>			<b>120</b>			

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

<sup>2</sup> Pour les noms complets, voir le descriptif de cours.

<sup>3</sup>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.

<sup>4</sup>Ce cours doit être suivi sur un semestre distinct de celui des cours 5AJ2114 et 5AJ2134

<sup>5</sup> 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<sup>e</sup> 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.

<sup>6</sup> voir descriptif de cours pour l'attribution des 6 crédits

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.

## 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 divisions 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 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 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 scientifique en Media et Communication Studies aussi bien que d'un projet 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