

- Les transformations des dispositifs médiatiques
- Technologies numériques et transformations des médias
- Cadres juridiques et institutionnels

UE 2 : Spécialisation professionnelle (20 crédits)

- Stratégies de développement des entreprises de médias
- Gestion financière et publicité
- Médias et production de contenus
- Médias, communication interne et politique RH
- Stratégies médias

UE 3 : Outils d'aide à la décision et méthodologies professionnelles (10 crédits)

- Conduite de projet et élaboration de préconisations
- Anglais
- Sémiologie des médias
- Sémiologie appliquée aux sites web
- Etudes quantitatives et qualitatives
- Expression orale

UE 4 : Stage de spécialisation et mémoire (20 crédits)

Le mémoire doit se fonder sur une problématisation apportant des éléments de compréhension d'une situation professionnelle, établir un diagnostic et élaborer des préconisations.

Diplôme

Le **Master professionnel information et communication**, spécialité Médias et Communication, valide cette formation.

Le diplôme du CELSA est délivré aux étudiants qui ont obtenu le master professionnel.

Stages et mémoires 2009

Médias informatisés et stratégies de communication

Exemples d'entreprises et d'agences

Télécom Paris Tech – La française des jeux – Multithématiques SA Canal + – Lafarge SA – Banque de France – You Team – Orange France – Société générale.

Exemples de fonctions/missions

- Lancement et suivi de campagnes interactives (e-pub, search, e-mailing), veille concurrentielle, analyse/étude (secteurs d'activité/cibles), Médiaplanning (choix des supports/emplacements/formats, négociation), Suivi des campagnes (mise en ligne/diffusion), bilans et optimisations.
- Rédaction et mise en ligne de contenus éditoriaux, accompagnement de projets Web (conception, refonte de sites Web, créations de blogs, etc.) veille thématique online.

Exemples de thèmes de mémoire

- La mutation de la musique enregistrée à l'ère du numérique : « d'une industrie musicale à une industrie de contenus au service de nouveaux partenaires. »

- Les mutations communicationnelles du jeu vidéo. L'exemple de Nintendo.
- La communication sur internet autour de l'iPhone en France – une communication de l'attente ?

Option : Communication, marketing et management des médias (C3M)

Exemples d'entreprises

- Groupe Marie-Claire – M6 Web – SFR – Le Monde – Paris Première – Canal + – Bleuciel – Conseil supérieur de l'audiovisuel.

Exemples de missions

- Chef de publicité Junior sur des médias TV, print et web.
- Consultant audiovisuel.
- Participation à la mise en place de partenariats commerciaux.

Exemples de thèmes de mémoire

- Télévision et vidéo sur mobile, la dilution du média TV ?
- My major company, le premier label participatif.
- L'édition : modèle transitoire de demain ?

Responsables de la formation

Universitaires

Valérie PATRIN-LECLÈRE, maître de conférences
Jacqueline CHERVIN, maître de conférences

Assistante de formation

Céline LECLAIRE

Enseignants associés

Michel GERMAIN, professeur associé, consultant RM
Alban MARTIN, maître de conférences associé, responsable marketing internet Technocentre orange
Vincent SOULIER, maître de conférences associé, directeur associé Personnalite

Ecole des mines d'alès

Annie LIOTHIN, responsable de formation
Pierre-Michel RICCIO responsable opérationnel du centre de recherche LGI2P

Informations

site internet : www.celsa.fr
téléphone : 01 46 43 76 02

Inscriptions

site internet : www.celsa.fr



Médias et communication

Les transformations de médias dits traditionnels (presse, radio, télévision) et la création accélérée de médias (sites web, blogues, journaux gratuits, presse d'entreprise, etc.) nécessitent des connaissances et des compétences professionnelles spécifiques.

Les enseignements de cette filière reposent sur une approche large des questions médiatiques, des médias « traditionnels » aux « nouveaux » médias, des entreprises médiatiques aux médias d'entreprise, de la communication dans les médias à la communication par les médias et sur une analyse fine des changements en cours, en termes d'usages, de dispositifs techniques, de contenus, de modèles économiques, de culture.

L'objectif est de former des professionnels de la communication polyvalents et réactifs, conscients des transformations médiatiques en cours, des enjeux socio-économiques dont elles sont porteuses, des changements dans les usages et dans les pratiques professionnelles qu'elles entraînent. Leur expertise médiatique est alliée à des compétences transversales en communication, marketing et ressources humaines.

Organisation des études

Accessible sur concours à bac + 2, le cursus se déroule sur 3 ans (concours spécifique à bac + 4 pour l'accès en Master professionnel 2^e année), le volume de travail de chaque année correspondant à 60 crédits.

Chaque année comporte deux semestres avec une période d'enseignement au CELSA et un stage en entreprise (en France ou à l'étranger) ou séjour d'études à l'étranger et donnent lieu à la rédaction de travaux de recherche : rapport de stage en 1^{re} année, travail d'étude et de recherche en 2^e année et mémoire de recherche appliquée comportant diagnostic et préconisations en 3^e année. La pédagogie allie cours théoriques, études de cas enquêtes, mise en situation professionnelle.

Licence 3^e année

Objectifs

Approfondir une formation générale et s'initier aux sciences de l'information et de la communication.

Prendre la mesure de l'importance des médias et s'initier aux métiers de la communication.

Programme (400h)

Le programme détaillé de l'enseignement est disponible sur le site internet

UE 1 : Théories de l'information et de la communication (15 crédits)

- Théorisation des processus de communication
- Approches socio-historiques des systèmes médiatiques
- Approches épistémologiques des SIC

UE 2 : Sciences humaines, économiques et sociales et communication (15 crédits)

- Linguistique et sémiologie
- Ethnologie, sociologie et cultures
- Politique, économie et entreprises

UE 3 : Dimensions politiques et stratégiques de la communication (20 crédits)

- Les champs professionnels de l'information et de la communication
- Partie optionnelle : CMM
- Introduction aux transformations médiatiques
- Télécommunications et innovation
- La veille médiatique

UE 4 : Information, communication et langages (20 crédits)

- Ateliers : écritures ; audiovisuel, informatique et multimédia
- Travail tutoré d'initiation à la recherche
- Langues vivantes : anglais et allemand ou espagnol

Diplôme

Le diplôme de **Licence information et communication** valide cette année d'études.

Master 1

Objectifs

Acquérir une connaissance approfondie des médias (analyse sémiotique, compréhension et analyse critique des transformations sociologiques, économiques et techniques).

Acquérir une connaissance approfondie des métiers de la communication en rapport avec les médias.

Acquérir les méthodes d'analyse et les principaux outils nécessaires à la mise en œuvre d'une expertise professionnelle.

Programme (362h)

Le programme détaillé de l'enseignement est disponible sur le site internet

UE 1 : Démarches et méthodes d'analyse de l'information et de la communication (15 crédits)

- Démarches et méthodes d'analyse de l'information et de la communication
- Méthodologie générale de la recherche en sciences de l'information et de la communication : les méthodes
- Analyses économiques et financières
- Conduite d'une recherche appliquée

UE 2 : Spécialisation professionnelle Communication, médias et médiatisation (15 crédits)

- Dispositifs de communication médiatique
- Stratégies médias des organisations
- Pratiques de communication médiatique

UE 3 : Information, communication et langages dans le monde contemporain (15 crédits)

- Enquête de terrain
- Langues vivantes (anglais et allemand ou espagnol) et ouverture internationale
- Mobilité internationale
- Stage de qualification ou séjour d'études à l'étranger

UE 4 : Travail d'étude et de recherche appliquée (15 crédits)

Travail de recherche fondé sur l'élaboration d'une problématique et l'observation d'une situation professionnelle ou l'analyse de corpus

Master 2 professionnel

Cette dernière année de formation généraliste et spécialisée développe des compétences professionnelles et l'adaptabilité à long terme. Elle est l'aboutissement d'un parcours de formation qui se décline en deux options différentes au CELSA : MISC et C3M.

Une 3^e option Communication et technologie numérique est proposée à Nîmes en co-habilitation avec l'école des mines d'Alès (voir site www.ema.fr)

Option : Médias informatisés et stratégies de communication

Cette option a pour objectif de développer une connaissance approfondie des médias informatisés : compréhension et analyse critique des systèmes informatiques et des transformations techniques socioculturelles, économiques liées aux NTIC.

Elle permet d'acquérir les connaissances théoriques et méthodologiques nécessaires à l'élaboration de stratégies de communication numérique pertinentes et innovantes et à leur évaluation et vise à accompagner et anticiper les transformations de la communication sociale et organisationnelle liées au numérique.

Programme (393h)

Le programme détaillé de l'enseignement est disponible sur le site internet

UE 1 : Approches théoriques de la communication des organisations (10 crédits)

- Transformations des dispositifs médiatique
- Technologies numériques et transformations des médias
- Logiques, imaginaires, cultures et discours d'accompagnement des médias informatisés
- Droit de la communication, des médias et des NTIC

UE 2 : Spécialisation professionnelle (20 crédits)

- Stratégies de communication et stratégies marketing
- Management et médias informatisés
- Métamorphoses du texte et de l'image
- Mesures, circulation et archivage

UE 3 : Outils d'aide à la décision et méthodologies professionnelles (10 crédits)

- Conduite de projet et élaboration de préconisations
- Anglais
- Informatique
- Sémiologie appliquée aux sites web
- Expression orale

UE 4 : Stage de spécialisation et mémoire (20 crédits)

Le mémoire doit se fonder sur une problématique apportant des éléments de compréhension d'une situation professionnelle, établir un diagnostic et élaborer des préconisations.

Option : Communication, marketing et management des médias (C3M)

Cette option a pour objectif de développer une connaissance approfondie des entreprises de médias compréhension et analyse critique des transformations techniques, socioculturelles et économiques qui transforment et même bouleversent les systèmes médiatiques français.

Elle permet d'acquérir les connaissances théoriques et méthodologiques transversales nécessaires à l'accompagnement de ces transformations et au développement des entreprises de médias au niveau managérial.

Programme (374h)

UE 1 : Approches théoriques de la communication des organisations (10 crédits)