

- Faculté des sciences économiques
- [www.unine.ch/seco](http://www.unine.ch/seco)

## Innovation et socio-économie des médias (UNIGE) (5AJ2053)

Filières concernées	Nombre d'heures	Validation	Crédits ECTS
<b>Master en journalisme et communication</b>	<b>Cours: 2 ph</b>	<b>cont. continu</b>	<b>3</b>

ph=période hebdomadaire, pg=période globale, j=jour, dj=demi-jour, h=heure, min=minute

### Période d'enseignement:

- Semestre Automne

### Equipe enseignante:

Prof. Dr. Patrick-Yves Badillo

### Objectifs:

Ce cours développe les théories de l'innovation et de la socio économie des médias. Il permet d'acquérir le vocabulaire, les connaissances, les outils, la culture du domaine ainsi que la maîtrise des théories fondamentales. L'objectif est de comprendre la dynamique des médias et de décrypter le nouveau paradigme de la société numérique.

### Contenu:

Le cours est articulé en quatre parties. Des études de cas et exemples dans le domaine des médias jalonnent le cours.

#### PARTIE 1 DEFINITIONS, ENJEUX, FONDAMENTAUX DES MEDIAS

Définir les termes et les enjeux, connaître les fondamentaux pour comprendre et analyser les évolutions et les orientations contemporaines et futures des médias et de la communication

#### PARTIE 2 : THEORIES DE L'INNOVATION ET SOCIO ECONOMIE DES MEDIAS

Comprendre la destruction créatrice des médias grâce aux théories de l'innovation ; Les théories de l'innovation et les outils pour analyser la dynamique des médias.

#### PARTIE 3 LES MASS MEDIAS : LA GALAXIE GUTENBERG, L'ERE DES NOUVEAUX RESEAUX ET LES MEDIAS « GEANTS »

Les médias poursuivent tout au long du XXème siècle leur montée en puissance dans le cadre de ce que M. Mc Luhan a appelé la galaxie Gutenberg / galaxie Marconi. Les réseaux prennent une importance croissante et contribuent au développement des mass médias.

#### PARTIE 4 LA SOCIETE NUMERIQUE ET LES NOUVEAUX MEDIAS

La société numérique se met en place à la fin du XXème siècle et s'affirme avec force aujourd'hui. L'avenir des médias est inextricablement lié à l'essor du numérique.

Le cours est également décrit à l'adresse <http://www.patrickbadillo.eu/2>

### Forme de l'évaluation:

examen écrit, 3 heures avec 3 questions à choisir

En cas d'échec, un travail équivalent sera demandé lors de la session de rattrapage

### Documentation:

#### Bibliographie :

Badillo P.-Y. (2014), "French national daily information press: concentration and pluralism", in Paulo Faustino, Business Models and Policies for Media and Creative Industries.

Amez-Droz P., Badillo P.-Y. (2014), « Le paradoxe de la presse écrite : un business model introuvable, mais une multiplicité de solutions », La Revue Européenne des Médias, n° 29, 2013-2014 : 83-89.

Badillo P.-Y. (2013), « Les théories de l'innovation revisitées : une lecture communicationnelle et interdisciplinaire de l'innovation ? Du modèle « émetteur » au modèle communicationnel », Les Enjeux de l'Information et de la Communication, n° 14/1, 2013 : 19-34, [en ligne] URL : [http://w3.ugrenoble3.fr/les\\_enjeux/2013/Badillo/index.html](http://w3.ugrenoble3.fr/les_enjeux/2013/Badillo/index.html)

Badillo P.-Y., Roux D. (Dir.) (2014), Le futur est-il e-media?, Paris, Economica , 182 pages.

Badillo P.-Y., Lesourd J-B. (Eds.) (2010), The Media Industries and their Markets, London, Palgrave Macmillan, 248 pages

Badillo P.-Y., Roux D. (2009), Les 100 mots des télécommunications, Paris, Presses Universitaires de France, Collection Que Sais-je ?, 128 pages.

- Faculté des sciences économiques
- [www.unine.ch/seco](http://www.unine.ch/seco)

### **Innovation et socio-économie des médias (UNIGE) (5AJ2053)**

Balle, F. (2013). Médias et sociétés: Edition, presse, cinéma, radio, télévision, Internet. Issyles-Moulineaux: LGDJ, Lextenso.

**Pré-requis:**

aucun

**Forme de l'enseignement:**

ex cathedra