

- Faculté des sciences économiques
- www.unine.ch/seco

Information et communication: acteurs, missions et espace public (5AJ2115)

Filières concernées	Nombre d'heures	Validation	Crédits ECTS
Master en journalisme et communication, orientation création de contenus et communication d'intérêt général	Cours: 2 ph	Voir ci-dessous	3
Master en journalisme et communication, orientation journalisme	Cours: 2 ph	Voir ci-dessous	3

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

Période d'enseignement:

- Semestre Automne

Equipe enseignante

Stephan Klapproth Patrick Nussbaum
Académie du journalisme et des médias
Rue A.-L. Breguet 2
2000 Neuchâtel
Tél. 032 718 1476

stephan.klapproth@unine.ch ou klapproth@gmx.ch

Contenu

Analyser et illustrer à l'aide de 'case studies' actuels et historiques si les acteurs différents (Etat, société civile, acteurs économiques, médias sociaux) suivent/devraient suivre des stratégies de communication divergentes. Définir (avec différentes théories de la société à l'appui) quelle logique du débat public serait adéquate dans une société démocratique. Identifier des stratégies communicationnelles adéquates et efficaces.

Forme de l'évaluation

Contrôles continus
Rattrapage en session : un examen écrit de 1h.

Documentation

Lectures théoriques choisies et distribuées de cours en cours censées élucider les 'case studies'. Articles de journaux, émissions de radio et télévisions, sites web.

Pré-requis

Formation bachelor

Forme de l'enseignement

Cours dialogique donné en 'team teaching' par deux professionnels/anciens responsables de médias télévisuelles et radiophoniques. Forte interaction avec les étudiants durant les sessions d'enseignement.

Objectifs d'apprentissage

Au terme de la formation l'étudiant-e doit être capable de :

- Questionner des actes/approches de communication efficaces mais potentiellement néfastes dans l'espace public
- Montrer les logiques de communication qui découlent des différentes conceptions du contrat social qui fonde une société donnée
- Interpréter la logique profonde des actes de communication de différents acteurs sociétaux
- Concevoir de stratégies communicationnelles efficaces et adéquates pour acteurs 'publiques' (Etat, ONG, etc.)
- Distinguer des logiques du débat public adéquates et non adéquates pour une société démocratique
- Illustrer pratiquement des théories
- Résoudre des situations communicationnelles complexes

Compétences transférables

- Faculté des sciences économiques
- www.unine.ch/seco

Information et communication: acteurs, missions et espace public (5AJ2115)

- Captiver l'attention publique par des méthodes rhétoriques adéquates et adaptées
- Expérimenter avec des approches communicationnelles sortant des sentiers battus