

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

## Management et économie des organisations en communication et médias (5AJ2146)

Filières concernées	Nombre d'heures	Validation	Crédits ECTS
<b>Master en journalisme et communication, orientation création de contenus et communication d'intérêt général (120ECTS)</b>	<b>Cours: 2 ph TP: 1 ph</b>	Voir ci-dessous	3
<b>Master en journalisme et communication, orientation création de contenus et communication d'intérêt général (90ECTS)</b>	<b>Cours: 2 ph TP: 1 ph</b>	Voir ci-dessous	3
<b>Master en journalisme et communication, orientation journalisme</b>	<b>Cours: 2 ph TP: 1 ph</b>	Voir ci-dessous	3
<b>Master en journalisme et communication, orientation journalisme innovant</b>	<b>Cours: 2 ph TP: 1 ph</b>	Voir ci-dessous	3

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

### Période d'enseignement:

- Semestre Printemps

### Equipe enseignante

Stéphane Benoit-Godet, Gaël Hürlimann et Stéphanie Martin-Vavasseur (TP)

### Contenu

Ce cours vise l'acquisition de compétences dans les domaines de l'économie et du management des médias et des entités de communication. Le cours se structure ainsi :

- Evolution des médias et de la communication et leur poids respectif (rôles des journalistes et des communicants), leurs rôles respectifs dans la sphère publique. Arrivée de nouveaux profils – les "créateurs-trices de contenus et influenceurs-ceuses" – et changements induits.
- Analyse et mise en perspective des bonnes pratiques (outils) de la gestion des médias tant d'un point de vue budgétaire que du management et de la gestion de projet.
- Définition de la création de contenu en opposition au journalisme et portée économique des deux discours.
- Management de l'innovation et compréhension des nouvelles tendances dans la création de nouveaux moyens de communication et de nouveaux médias.
- Gestion des ressources humaines en milieux créatifs, gestion des budgets, modèles organisationnels, freelances vs équipes propres.
- Levée de fonds pour des projets journalistiques et de contenus; gérer sa "marque personnelle" et créer sa PME en tant qu'influenceur-ceuse.
- Interventions de professionnels des médias et de la communication invités à partager leurs savoir durant le cours.

### Forme de l'évaluation

L'évaluation consistera en 2 évaluations individuelles écrites sous forme de QCM avec une part d'intervention personnelle de la part des étudiant(e)s sous forme de question ouverte portant sur la matière des cours précédents. En cas d'absence dûment justifiée, ces évaluations seront, dans la mesure du possible, compensées par une évaluation équivalente au cours du semestre. Valeur de la note finale du cours : 2 x 50%.

### Modalités de rattrapage

En cas d'échec suite à la note finale de l'évaluation, ou d'absence(s) prolongée(s) dûment justifiée(s) empêchant de passer toutes ou parties de ces évaluations (y compris les évaluations de rattrapage durant le semestre, cf. pt 1 ci-dessus), une évaluation de rattrapage sera organisée, sous la forme d'un travail écrit analytique à remettre le premier jour de la session d'examens de rattrapage (août 2025), travail dont les modalités seront définies par l'enseignant.

### Documentation

Les documents et supports relatifs au cours seront mis à disposition sur la page Moodle dédiée, en amont ou en aval de chaque session.

### Pré-requis

Aucun prérequis n'est nécessaire

### Forme de l'enseignement

Cours alternant des parties théoriques et des mises en pratique.

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

## **Management et économie des organisations en communication et médias (5AJ2146)**

### **Objectifs d'apprentissage**

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

- Produire une stratégie de levée de fond et l'appliquer
- Utiliser des nouveaux outils comme l'IA dans la création de projets journalistiques ou de production de contenus
- Analyser des compétences en économie et management dans les domaines des médias et de la communication.
- Appliquer une stratégie de marketing de contenu
- Stimuler une pensée et une attitude entrepreneuriale au sein d'une rédaction ou au sein d'une structure de communication ou de production de contenus.
- Organiser les mécanismes des entreprises de médias et de communication, incluant les flux financiers, la gestion des ressources humaines et des projets.