

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

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

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

Equipe enseignante

Stéphane Benoit-Godet, Gaël Hürlimann (cours) et Gabriel Erismann (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-ceses" – 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-cesse.
- Interventions de professionnels des médias et de la communication invités à partager leurs savoirs durant le cours.

Forme de l'évaluation

L'évaluation complète consistera en :

1. Une évaluation individuelle écrite sous forme de QCM, se déroulant durant la dernière séance (maximum 30 minutes), portant sur la matière du cours. En cas d'absence dûment justifiée, cette évaluation sera, dans la mesure du possible, compensée par une évaluation équivalente au cours du semestre.

Valeur de la note finale du cours : 25%.

2. Un travail pratique par groupe (de 3 à 5):

Les étudiant.es préparent un projet journalistique ou de communication qu'ils présenteront par oral, lors d'une mise en situation, à un rédacteur en chef/un chef de communication d'une institution. La préparation comprend une description du projet éditorial, un budget et un business plan, la composition de l'équipe ainsi que tout autre aspect jugé important par les étudiant.es.

- Le TP est proposé comme un espace permettant de préparer ce projet
 - Un document écrit est rendu 1 semaine avant la présentation orale.
 - Un "pitch" de 5 minutes est fait lors du cours, en présence des autres étudiant.es. La répartition des rôles est laissée à discrétion des équipes
- Valeur de la note finale du cours pour chaque étudiant : 75%.

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 portant sur un sujet fourni par les enseignants à remettre le premier jour de la session d'examens de rattrapage (août 2026).

Documentation

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

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

Les documents et supports relatifs au cours seront mis à disposition sur la page Moodle dédiée 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.

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.