

MASTER EN INFORMATION ET COMMUNICATION

Langue principale d'enseignement :

Français ☒ Anglais ☐ Arabe ☐

Campus où le programme est proposé : CSH

OBJECTIFS

Le Master en information et communication (MIC) donne la possibilité aux étudiants et aux professionnels de filières diverses d'acquérir rapidement les théories et notions de communication. Ils expérimentent la pratique journalistique ainsi que les techniques de communication traditionnelle et numérique. Les cours et les séminaires proposés sont orientés vers les nouvelles méthodes de communication, les nouveaux médias et la technologie de pointe en termes de communication.

COMPÉTENCES

- Maîtriser l'arabe et le français, par écrit et oralement
- Analyser et comparer les différentes méthodes de communication (digitale, numérique, marketing viral, marketing d'influence, etc.)
- Analyser les données statistiques fournies par les différentes plateformes
- Comprendre et analyser les risques liés à la gestion des données
- Comprendre et analyser l'événement
- Maîtriser la communication sociale et politique
- Maîtriser les outils informatiques en termes d'écriture, de veille stratégique
- Développer son imagination et ses capacités créatives
- Comprendre l'événement et argumenter
- Gérer la communication des entreprises
- Travailler avec professionnalisme et éthique.

EXIGENCES DU PROGRAMME

UE obligatoires (120 crédits)

الكتابة الإعلامية (4 Cr.). Journalisme télévisé : théorie et pratique (2 Cr.). Publicité et pensée créative (6 Cr.). Séminaire du CELSA I (2 Cr.). Initiation à l'écriture journalistique (4 Cr.). Banques de photos et traitement artistique (4 Cr.). Conception et production de l'événement (6 Cr.). التقرير المصور (2 Cr.). Marketing social (4 Cr.). Digital Marketing: Theories and Practice (6 Cr.). الأداء الإذاعي التلفزيوني (2 Cr.). La production télévisée (4 Cr.). Organisation de l'événement (6 Cr.). Psychologie de la communication (2 Cr.). Droit des médias : libertés et éthique (2 Cr.). Communication d'entreprise : défis et enjeux (4 Cr.). إعداد النشرات والأخبار الإذاعية (2 Cr.). الصحافة الاستقصائية والأدوات الرقمية (4 Cr.). Mémoire - Master en information et communication (10 Cr.). Méthodes et approches en information et communication (4 Cr.). Communicating for Social Change (4 Cr.). Le marketing politique – Les campagnes électorales (4 Cr.). الأمن والإعلام (2 Cr.). Communication et mobilisation sociale et politique (4 Cr.). Séminaire du CELSA 2 (2 Cr.). Introduction to Data Visualization (2 Cr.). AI for Journalism and Communication (4 Cr.). Mémoire - Master en information et communication (10 Cr.). Storytelling (2 Cr.). Médias et opinion publique (4 Cr.). التحقق والتدقيق في المعلومات (2 Cr.).

## PLAN D'ÉTUDES PROPOSÉ

### Semestre 1

Code	Intitulé de l'UE	Crédits
011ICARM1	الكتابة الإعلامية	4
011ICJTM1	Journalisme télévisé : théorie et pratique	2
011ICPUM1	Publicité et pensée créative	6
011ICCLM1	Séminaire du CELSA I	2
011ICFRM1	Initiation à l'écriture journalistique	4
011ICPSM1	Banques de photos et traitement artistique	4
011TCE1M1	Conception et production de l'événement	6
011ICREM1	التقرير المصور	2
	<b>Total</b>	<b>30</b>

### Semestre 2

Code	Intitulé de l'UE	Crédits
011ICSOM2	Marketing social	4
011ICDMM2	Digital Marketing: Theories and Practice	6
011ICRTM2	الأداء الإذاعي والتلفزيوني	2
011ICPTM2	La production télévisée	4
011TEOEM1	Organisation de l'événement	6
011ICPCM2	Psychologie de la communication	2
011ICLEM2	Droit des médias : libertés et éthique	2
011ICDEM4	Communication d'entreprise : défis et enjeux	4
	<b>Total</b>	<b>30</b>

### Semestre 3

Code	Intitulé de l'UE	Crédits
011ICRAM3	إعداد النشرات والأخبار الإذاعية	2
011ICIVM3	الصحافة الاستقصائية والأدوات الرقمية	4
011ICMMM4	Mémoire – Master en information et communication	10
011ICMAM3	Méthodes et approches en information et communication	4
011ICSCM3	Communicating for Social Change	4
072MKPOM3	Le marketing politique – Les campagnes électorales	4
	<b>Total</b>	<b>28</b>

### Semestre 4

Code	Intitulé de l'UE	Crédits
011ICIAM4	الأمن والإعلام	2
072CMSPM4	Communication et mobilisation sociale et politique	4
011ICCLM3	Séminaire du CELSA 2	2
011ICDVM4	Introduction to Data Visualization	2
011ICAIM4	AI for Journalism and Communication	4

011ICMM4	Mémoire - Master en information et communication	10
011ICSYM4	Storytelling	2
011ICPUM4	Médias et opinion publique	4
011ICDCM4	التحقيق والتدقيق في المعلومات	2
	<b>Total</b>	<b>32</b>

## DESCRIPTIFS DES UE

<b>011ICARM1</b>	<b>الكتابة الإعلامية</b>	<b>4 Cr.</b>
------------------	--------------------------	--------------

Ce cours vise à permettre à l'étudiant d'acquérir la maîtrise des techniques de base de l'écriture journalistique en arabe. L'étudiant doit pouvoir, à la fin de ce cours, rédiger correctement une nouvelle ou un court reportage, et apprécier la pertinence et l'efficacité des informations susceptibles d'être publiées.

<b>011CJTM1</b>	<b>Journalisme télévisé : théorie et pratique</b>	<b>2 Cr.</b>
-----------------	---	--------------

L'étudiant apprend à se tenir correctement face à l'écran et à maîtriser son élocution, à travers des exercices pratiques où il aura à lire le journal télévisé. De plus, il apprend à faire du « citizen journalism » ou du reportage en direct avec son smartphone.

<b>011ICPUM1</b>	<b>Publicité et pensée créative</b>	<b>6 Cr.</b>
------------------	-------------------------------------	--------------

Description et initiation concrète aux étapes de la conception du message publicitaire à partir de la présentation de campagnes et d'exemples vécus. L'étudiant participe aussi à l'élaboration et à l'analyse de campagnes (« brainstorming », concept, diffusion, etc.).

<b>011ICCLM1</b>	<b>Séminaire du CELSA I</b>	<b>2 Cr.</b>
------------------	-----------------------------	--------------

Séminaire sur un sujet de communication ou de journalisme proposé par un enseignant du CELSA-Sorbonne dans le cadre de la convention entre le MIC (Master en information et communication) et le CELSA-Sorbonne.

<b>011ICFRM1</b>	<b>Initiation à l'écriture journalistique</b>	<b>4 Cr.</b>
------------------	---	--------------

Le cours vise à permettre à l'étudiant d'acquérir la maîtrise des techniques de base de l'écriture journalistique en français. L'étudiant doit pouvoir, à la fin de ce cours, rédiger correctement une information dans un journal (papier ou numérique) ou un blog, et apprécier la pertinence et l'efficacité des informations susceptibles d'être publiées.

<b>011ICPSM1</b>	<b>Banques de photos et traitement artistique</b>	<b>4 Cr.</b>
------------------	---	--------------

Initiation à la gestion des collections d'images sur Adobe Lightroom et à l'édition avancée de photos sur Adobe Photoshop.

<b>011TCE1M1</b>	<b>Conception et production de l'événement</b>	<b>6 Cr.</b>
------------------	--	--------------

La mise en œuvre des productions événementielles ne peut être envisagée sans prendre en considération l'ensemble des intermédiaires techniques et humains qui les génèrent et les diffusent. Ainsi, doivent être mobilisés, à côté des artistes et du porteur de projet, des acteurs administratifs et techniques tels que l'agent artistique, le responsable sécurité des établissements recevant un public, l'organisateur de tournées, le constructeur de décor, le régisseur d'exposition, le responsable de casting, l'éditeur, le producteur, etc.

L'objet de ce séminaire est de rencontrer ces hommes et femmes indispensables à la réussite du projet et/ou qui ont pu vivre des expériences particulières. Restituer ainsi les acteurs au sein de leur contexte nous permettra de rendre compte du rôle actif des environnements matériels, réglementaires et techniques avec lesquels les acteurs co-agissent.

<b>011ICREM1</b>	<b>التقرير المصور</b>	<b>2 Cr.</b>
------------------	-----------------------	--------------

L'étudiant apprend à réaliser un reportage en respectant les règles professionnelles et éthique. Il doit réaliser un projet de reportage de rue ou un projet équivalent pour clôturer le cours.

<b>011ICSOM2</b>	<b>Marketing social</b>	<b>4 Cr.</b>
------------------	-------------------------	--------------

Le marketing social, ou marketing des causes sociales, est une stratégie visant à apporter une dimension sociale aux actions marketing d'une entité. Les associations, par le but non lucratif de leurs activités, utilisent souvent ce type de marketing.

<b>011CDMM2</b>	<b>Digital Marketing: Theories and Practice</b>	<b>6 Cr.</b>
-----------------	---	--------------

Introduction à la communication numérique et au marketing digital : branding, network theories, viral marketing, influence marketing, propaganda on social media, point of sales digitalization, etc.

<b>011CRTM2</b>	<b>الأداء الإذاعي والتلفزيوني</b>	<b>2 Cr.</b>
-----------------	-----------------------------------	--------------

L'étudiant apprend à maîtriser sa prononciation et son élocution face à un micro.

<b>011CPTM2</b>	<b>La production télévisée</b>	<b>4 Cr.</b>
-----------------	--------------------------------	--------------

Ce cours offre, en moins de 20 heures d'apprentissage, une exploration approfondie des techniques essentielles pour produire des émissions journalistiques percutantes.

Le projet final consiste en la réalisation d'un journal télévisé d'une durée de 15 mn, dans tous ses aspects, entièrement conçu par les étudiants de première année en master.

Les étudiants, après avoir suivi au préalable un ensemble de cours théoriques et rédactionnels dans d'autres matières, pourront enfin concrétiser ceux-ci à travers ce cours, purement pratique, qui valorise la coordination au sein d'une même équipe de production.

Ils acquerront une compréhension approfondie de la :

- Planification éditoriale (conducteur ou run down)
- Gestion des contraintes temporelles, en l'occurrence la durée à respecter à l'antenne surtout en direct.

Ils seront immergés dans des exercices concrets de :

- Présentation d'un bulletin télévisé
- Mise en images des segments d'actualité
- Tournage en direct.

Les étudiants feront un tour d'horizon complet sur le matériel utilisé en studio, développant, ainsi, des notions se rapportant aux différentes prises de vue et aux angles de caméra, et auront une idée claire quant à la performance des équipes et de l'équipement professionnels, dans le cadre véridique d'une plateforme hautement équipée au sein des locaux d'une chaîne télévisée locale.

Ils maîtriseront, dans un style qui leur est propre, les transitions à faire au sein du journal, grâce à la post-production ou le montage visuel et sonore.

En conclusion, ce cours met l'accent sur la création d'un contenu informatif et visuellement captivant pour accrocher les spectateurs, tout en explorant les principes éthiques du journalisme et de la production audiovisuelle. Ce cours permettra également aux étudiants d'acquérir les compétences concrètes nécessaires dans le domaine de l'information et de la communication télévisuelle tout en offrant une expérience pratique immersive.

À la fin du cours, les étudiants seront en mesure de maîtriser chaque étape du processus de production et seront aptes et prêts à concevoir une production télévisée de qualité.

<b>011TEOEM1</b>	<b>Organisation de l'événement</b>	<b>6 Cr.</b>
------------------	------------------------------------	--------------

Ce cours pratique vise à former les étudiants à la direction des projets d'événements, (après 2 séances de cours théoriques). « Comment faire un événement de A à Z et le remettre clé en main » : création, développement et exécution. Les étudiants devront choisir parmi les genres suivants : Événement culturel - Événement éducatif - Événement touristique - Événement écologique - Événement social (CSR) - Événement politique.

<b>011CPCM2</b>	<b>Psychologie de la communication</b>	<b>2 Cr.</b>
-----------------	--	--------------

Familiariser et initier l'étudiant aux processus sous-jacents de la communication.

Initier et sensibiliser l'étudiant à la méthode de maîtrise d'une situation conflictuelle au sein d'un groupe (professionnel, familial, etc.).

<b>011CLEM2</b>	<b>Droit des médias : libertés et éthique</b>	<b>2 Cr.</b>
Familiariser l'étudiant avec les dispositions de la loi libanaise régissant les médias, la publicité, le métier de journaliste et les libertés publiques. Cette unité d'enseignement :		
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Contribue à développer chez l'étudiant les compétences suivantes : avoir des connaissances sur les différents principes fondamentaux, tels que la liberté d'expression et les conventions internationales, sur le système juridique et judiciaire libanais et sur les réglementations en matière de droit des médias et de la communication.</li> <li>- Permet à l'étudiant de connaître les droits et les obligations qui doivent orienter et encadrer la pratique de son activité dans tous les domaines de la communication.</li> </ul>		
<b>011CDEM4</b>	<b>Communication d'entreprise : défis et enjeux</b>	<b>4 Cr.</b>
Quelle que soit la taille d'une entreprise, sa communication joue un rôle important pour son image et sa notoriété. Ce cours introduit différentes notions de communication : interne, externe, communication de crise, campagnes publicitaires, etc., et se concentre particulièrement sur les stratégies de communication des entreprises.		
<b>011CRAM3</b>	<b>إعداد النشرات والأخبار الإذاعية</b>	<b>2 Cr.</b>
Préparation du journal télévisé et des journaux radiodiffusés. Ce cours apprend à analyser l'information, à choisir les points à transmettre et à les communiquer proprement.		
<b>011CIVM3</b>	<b>الصحافة الاستقصائية والأدوات الرقمية</b>	<b>4 Cr.</b>
Journalisme d'investigation et outils numériques : Le cours se concentre sur la définition du journalisme d'investigation, les étapes de préparation d'un rapport d'investigation, le développement d'une idée en une hypothèse sur laquelle travailler, la division en axes et la recherche de preuves pour soutenir cette hypothèse avec l'aide des informations disponibles, des sources et des interviews. Ce processus de recherche est la colonne vertébrale du journalisme d'investigation, il est donc essentiel de vérifier les informations avec l'aide d'outils techniques et numériques, devenus fondamentaux dans le travail journalistique aujourd'hui. Les étudiants seront initiés à ces outils et apprendront à les utiliser, menant à la production d'un rapport d'investigation ou au moins à la compréhension de comment l'accomplir. Les conférences visent à autonomiser les étudiants et à leur fournir les compétences nécessaires pour travailler dans ce domaine.		
<b>011CMMM4</b>	<b>Mémoire – Master en information et communication</b>	<b>20 Cr.</b>
Le mémoire du MIC (Master en information et communication) est la tâche finale du cursus validant le diplôme de fin d'études. C'est un document écrit de 60 pages au moins (80 recommandées) respectant les normes académiques et scientifiques en vigueur. Il fait l'objet d'une soutenance orale devant un jury composé d'enseignants.		
<b>011CMAM3</b>	<b>Méthodes et approches en information et communication</b>	<b>4 Cr.</b>
Cette unité d'enseignement constitue une initiation à la méthodologie de la recherche en sciences humaines, particulièrement dans le domaine de l'information et de la communication.		
<b>011CSCM3</b>	<b>Communicating for Social Change</b>	<b>4 Cr.</b>
This course equips students with the necessary concepts and analytical skills to understand rapid societal changes, and to effectively address social issues. It focuses on using appropriate methods to initiate change through campaigns and initiatives.		
<b>072MKPOM3</b>	<b>Le marketing politique – Les campagnes électorales</b>	<b>4 Cr.</b>
Dans un premier temps, ce cours se propose d'élaborer une réflexion sur la relation entre médias et politique ainsi que sur le rôle de la communication et son influence sur la politique. Au-delà des éléments de réflexion politique, ce cours apporte une vision globale et concrète des enjeux stratégiques et opérationnels du marketing politique. Une attention sera accordée à la communication des institutions publiques et au rôle de l'homme politique et de sa stratégie. Dans un deuxième temps, le cours propose les clés pour la mise en place et la gestion des campagnes électorales : des moyens d'analyses aux outils de création les plus récents en passant par la stratégie, les thèmes et		

slogans... Par des exemples et des études de cas précis, ce cours montre comment les moyens de communication politique sont utilisés par les partis, les institutions ou les candidats pour tenter de renforcer, modifier ou conquérir l'opinion et le comportement des citoyens et des électeurs. En plus des exemples des campagnes tirés du contexte international, la communication politique et publique et les campagnes électorales libanaises seront également étudiées et analysées dans ce cours.

<b>011CIAM4</b>	<b>الأمن والإعلام</b>	<b>2 Cr.</b>
-----------------	-----------------------	--------------

Une introduction au rôle de la police au Liban, ainsi qu'aux lois en vigueur, surtout celles ayant trait aux droits de l'homme et celles relatives à la sécurité nationale.

<b>072CMSPM4</b>	<b>Communication et mobilisation sociale et politique</b>	<b>4 Cr.</b>
------------------	---	--------------

Ce cours se propose d'élaborer une réflexion sur la mobilisation sociale, qui est un processus utilisant tous les outils et les stratégies de la communication pour rallier le plus grand nombre de personne, la société civile et les citoyens à une cause, une action ou une campagne. Ce cours se propose également d'apporter une vision globale et concrète des enjeux stratégiques et opérationnels de la sensibilisation et de la mobilisation sociale. Par des exemples et des études de cas précis, ce cours montre comment les moyens de communication sont utilisés par les partis, les institutions, les organisations, les collectivités, les associations ou les candidats pour tenter de mobiliser l'opinion publique et de la rallier.

<b>011ICLM3</b>	<b>Séminaire du CELSA 2</b>	<b>2 Cr.</b>
-----------------	-----------------------------	--------------

Séminaire sur un sujet de communication ou de journalisme proposé par un enseignant du CELSA-Sorbonne dans le cadre de la convention entre le MIC (Master en information et communication) et le CELSA-Sorbonne.

<b>011CDVM4</b>	<b>Introduction to Data Visualization</b>	<b>2 Cr.</b>
-----------------	---	--------------

This course introduces data visualization software, such as Tableau and others.

<b>011ICAIM4</b>	<b>AI for Journalism and Communication</b>	<b>4 Cr.</b>
------------------	--	--------------

This course explores the role of artificial intelligence in various domains, from military and medical applications to its impact on daily life. It delves into the influence of AI algorithms, which analyze data and propose solutions across different sectors. Additionally, this course examines how new AI tools and techniques have significantly impacted communication and journalism.

<b>011CSYM4</b>	<b>Storytelling</b>	<b>2 Cr.</b>
-----------------	---------------------	--------------

This course explores the role of storytelling in human culture, tracing its historical significance in passing down knowledge, entertaining audiences, and fostering social connections. To validate this course, each student is required to submit an assignment in which they write an original story from scratch.

<b>011ICPUM4</b>	<b>Médias et opinion publique</b>	<b>4 Cr.</b>
------------------	-----------------------------------	--------------

La maîtrise des techniques rédactionnelles de base ne suffit pas, à elle seule, pour offrir aux jeunes journalistes les atouts nécessaires pour une carrière épanouie. Le métier de journalisme s'articule, en effet, autour de valeurs-outils fondamentales, que chacun doit connaître et auxquelles il est invité à adhérer. Ce cours vise à inculquer aux jeunes ces valeurs-outils, afin qu'ils ne s'écartent pas de leur mission première, qui est celle d'informer, pour tomber dans la propagande. Il leur offre aussi les connaissances nécessaires afin de ne pas se laisser manipuler pendant l'exercice de leur métier.

<b>011CDCM4</b>	<b>التحقيق والتدقيق في المعلومات</b>	<b>2 Cr.</b>
-----------------	--------------------------------------	--------------

Ce cours enseigne les méthodes d'approche, nouvelles et traditionnelles, d'un sujet d'investigation. Il enseigne également comment analyser les nouvelles et aborder des sujets qui intéressent le public. Des analyses d'articles d'investigations seront effectuées. Cette UE éclairera sur le rôle du journalisme d'investigation et sur les droits du public de savoir.