

# ORGANISATION PÉDAGOGIQUE



**Inscription**

du 21 mars au 15 juin 2016



**Inscription sur**

[www.esj-lille.fr](http://www.esj-lille.fr)



ÉCOLE  
SUPÉRIEURE  
DE JOURNALISME  
DE LILLE

## MASTER 2 INTERNATIONAL EN MANAGEMENT DES MÉDIAS

**iae** LILLE  
ÉCOLE UNIVERSITAIRE  
DE MANAGEMENT

**AGENCE**  
UNIVERSITAIRE  
DE LA FRANCOPHONIE

FORMATION DE 18 MOIS  
À DISTANCE

# ORGANISATION PÉDAGOGIQUE

L'intitulé exact du master international de Management des Médias à distance est : Master Sciences Économique et Sociale; Mention : Marketing. Spécialité : Marketing Communication Culture (MCC). Option : Management des Médias  
Le démarrage des cours se fait en novembre de chaque année, la prochaine session démarrera donc en novembre 2016 mais la sélection des dossiers se fait en juillet 2016. De plus, voici quelques éléments d'information complémentaires :

- 7 unités d'enseignement (UE) correspondants à 12 modules de formation (deux modules par UE) ainsi qu'un projet professionnel tutoré correspondant à un UE. Les cours seront assurés par des intervenants de l'IAE, de l'ESJ et d'autres experts reconnus de la profession.
- L'évaluation des étudiants sera organisée sous la forme d'un contrôle continu ou d'un examen final pour certains modules. Le mémoire de fin d'études, basé sur le projet professionnel tutoré, fera l'objet d'une soutenance orale. Il représente 24 crédits (module projet + mémoire + soutenance) sur les 60 du master.

## UE 1 : Histoire, économie et mondialisation des médias aujourd'hui

### Module : Histoire, économie et tendances mondiales des médias aujourd'hui

Thèmes abordés : Information et marchandise. Histoire et économie générale des médias. Audiovisuel : du monopole à la concurrence. La mondialisation de l'économie des médias. Les concentrations et la constitution de groupes multimédias. Les nouveaux entrepreneurs de presse. La crise de la presse quotidienne dans les pays développés. L'essor de la presse magazine. La diminution des formats en presse quotidienne et magazine. La thématization et le morcellement de l'offre audiovisuelle. Les tendances mondiales et les questions des médias aujourd'hui : quel modèle économique pour Internet ? Le développement de la presse gratuite. L'information en continu.

Objectifs : sensibiliser les auditeurs à l'économie des médias en tant que secteur d'activité en mutation en proposant des grilles de lecture et des réflexions stratégiques sur les enjeux et les perspectives de l'économie mondiale des médias.

Niveau : approfondi - 15 heures, 2 ECTS

### Module : Mondialisation et management de la diversité culturelle

Thèmes abordés : L'internationalisation croissante des médias, comme ceux de la presse magazine (déclinaisons internationales de Elle ou de Cosmopolitan) ou des chaînes d'information en continu (CNN, Al Jazeera...) pose le problème de la prise en compte des spécificités culturelles, la langue notamment, au sein des stratégies des médias internationaux. La difficile émergence de médias européens et d'autres médias internationaux met en évidence la nécessité de proposer des approches et des outils de management stratégique et de comparer ces méthodes et ces outils entre médias et entre pays. Objectifs : développer et enrichir, à partir de techniques de fertilisation croisée, le management culturel des médias, dans des logiques économiques, éthiques et culturelles.

Niveau : approfondi - 15 heures, 2 ECTS

## UE 2 : Marketing des médias

### Module : Outils et stratégies marketing dans le domaine des médias

Thèmes abordés : Les outils de base du marketing et leurs applications dans le domaine des médias. Connaître son public : mesures d'audience, panels de lecteurs, sondages, études qualitatives. Comment développer une stratégie orientée vers les lecteurs, les auditeurs, les téléspectateurs ? Comment en assurer la promotion ?

Objectifs : développer et approfondir la connaissance des outils et des méthodes marketing appliqués aux médias. Approche théorique et pratique à partir de cas d'entreprise de médias différents.

Niveau : approfondi - 30 heures, 4 ECTS

### Module : Stratégies de positionnement et de communication

Thèmes abordés : L'importance des ressources publicitaires pour les médias. Les supports. L'évolution de la répartition du marché publicitaire entre la presse écrite, l'affichage, la radio, la télévision, l'Internet. Les politiques tarifaires. Les rapports avec les annonceurs. Le rôle des régies publicitaires.

Objectifs : développer des compétences dans la gestion de la publicité comme source de financement des médias. Proposer des outils pour optimiser et rendre cohérente la stratégie de communication d'un média ou d'un produit média.

Niveau : approfondi - 30 heures, 4 ECTS

## UE 3 : Management et gestion de la production et de la diffusion

### Module : Management et gestion de la production

Thèmes abordés : Management de la chaîne de valeur depuis la collecte de l'information jusque sa diffusion. La maîtrise des flux. La production de l'information et sa mise en forme avec présentation de méthodes différentes d'organisation en presse écrite, en radio, en télévision. Le contrôle de la qualité. La déclinaison de l'information sur différents supports. Les stratégies d'externalisation.

Objectifs : développer chez les auditeurs des capacités d'analyse, de conception et de mise en œuvre d'organisations logistiques de la chaîne de valeur dans la production des médias. Les sensibiliser aux méthodes de calcul de coûts pour décider de faire ou faire faire.

Niveau : approfondi - 15 heures, 2 ECTS

### Module : Stratégies et techniques de diffusion des médias

Thèmes abordés : La part de la diffusion dans les recettes des médias. Diffusion payante et diffusion gratuite en presse écrite, en télévision, sur Internet. Tirage, diffusion, audience. L'organisation de la diffusion en France (NMPP et autres messageries). Vente au numéro, abonnement, portage. Les organismes de contrôle. Le « cross média ».

Objectifs : développer chez les auditeurs des capacités d'analyse, de conception et de mise en œuvre d'une politique de diffusion dans les médias.

Niveau : approfondi - 15 heures, 2 ECTS

## UE 4 : Gestion, management et financement des médias

### Module : Comptabilité managériale, gestion financière et contrôle de gestion

Thèmes abordés : Comprendre le bilan d'une entreprise. La trésorerie des entreprises. Les contraintes financières propres aux médias. Le seuil de rentabilité. Les budgets. Les tableaux de bord. Le contrôle de gestion.

Objectifs : donner aux auditeurs des éléments pour comprendre le fonctionnement financier d'une entreprise, d'en évaluer les risques, d'en planifier et d'en contrôler le développement. Réfléchir sur les nouvelles approches du contrôle de gestion au niveau du management des médias en comparant les pratiques.

Niveau : approfondi - 15 heures, 2 ECTS

### Module : Stratégies financières et développement des médias

Thèmes abordés : L'ingénierie financière des projets de développement des entreprises des médias. Les techniques de planification financière. Les opérations en capital et autres opérations de haut de bilan. Les stratégies de croissance externe et les instruments de gestion des risques. Les différentes sources de financement privées, publiques, nationales, européennes et internationales. L'actionnariat salarié. L'indépendance des médias.

Objectifs : développer les aptitudes à la planification financière des projets de développement international tant au niveau des techniques financières que des capacités à identifier et à négocier les moyens de financement adéquats.

Niveau : approfondi - 15 heures, 2 ECTS

## UE 5 : Droit et management des ressources humaines

### Module : Droit, éthique et responsabilité des médias

Thèmes abordés : Le droit de la presse : diffamation, injure, droit de réponse, droit à l'image. La propriété intellectuelle et les instances supranationales. Comparaisons entre les législations et les jurisprudences dans différents pays. Organismes de contrôle et de régulation (CSA, médiateurs, conseils de lecteurs et de téléspectateurs, sociétés de rédacteurs, etc.). Déontologie, conte-

Le jury de délivrance du diplôme, désigné chaque année par le Président de l'IAE de Lille, selon les textes en vigueur, est présidé par le responsable du parcours et se compose des membres de l'équipe enseignante.

Un conseil de perfectionnement, composé des responsables de la filière et de responsables d'entreprises des médias, évaluera le programme en cours et à la fin de chaque promotion pour améliorer la qualité de la formation et en perfectionner les méthodes et les contenus pédagogiques.

A la fin de chaque promotion, une évaluation des intervenants ainsi que du dispositif seront réalisées.

Retrouvez dans ce document le détail des différentes UE de la formation. L'ensemble des coûts pour l'année 2016 sont de 4 000 EUR. La formation, d'une durée de 18 mois, se déroule exclusivement sur la plateforme de formation à distance de l'ESJ Lille, et débutera en novembre 2016.



nu et éthique. Les dérapages éthiques et la désaffection du public. Traditions nationales et chartes d'éthique internationales.

Objectifs : sensibiliser les auditeurs au droit des médias tant au niveau des réglementations et des organismes de régulation dans les différents pays mais également dans le sens du management de la qualité de l'information, de l'éthique et de la bonne gouvernance.

Niveau : approfondi - 30 heures, 4 ECTS

## Module : Management des ressources humaines et évolution des médias

Thèmes abordés : La diversité des statuts. Les politiques de rémunération. L'animation d'une équipe rédactionnelle. La maîtrise des conflits. Théorie et pratique de la négociation. La communication interpersonnelle. L'évolution des technologies du traitement de l'information. La modification des frontières entre les métiers. Le management des changements organisationnels.

Objectifs : développer chez les auditeurs les capacités de concevoir, négocier et mettre en œuvre les politiques de gestion des ressources humaines adaptées au contexte juridique, économique et culturel des médias évoluant sur un marché en mutation technologique forte.

Niveau : approfondi - 30 heures, 4 ECTS

## UE 6 : Management de projets et management stratégique des médias

### Module : Management de projets

Thèmes abordés : Élaborer et mener à bien un projet d'entreprise. L'inscrire dans la durée et susciter l'adhésion de son équipe. La créativité et l'anticipation. Les outils de veille stratégique. Études de cas à partir d'exemples de nouvelles formules ou de nouveaux médias.

Objectifs : développer les connaissances et les aptitudes des auditeurs à mener un projet interne ou externe dans les médias.

Niveau : approfondi - 30 heures, 4 ECTS

## Module : Management stratégique comparés des médias

Thèmes abordés : Méthode de diagnostic stratégique des entreprises et groupes de médias. Outils d'analyse stratégique (stratégies concurrentielles, groupes stratégiques, etc.). Veille stratégique. Définition des axes de développement et mise en œuvre des politiques. Stratégies d'alliances et mondialisation. Management comparé des médias.

Objectifs : permettre une vision stratégique globale et transversale de l'entreprise en intégrant les approches fonctionnelles précédentes. Sensibilisation sur les outils d'identification des logiques économiques et des stratégies sectorielles. Croiser les expériences.

Niveau : approfondi - 30 heures, 4 ECTS

## UE 7 : Projet tutoré

Thèmes abordés : réalisation d'une mission dans un média ou entreprise assimilée d'un projet de trois mois minimum avec un rapport de projet présenté et soutenu devant un jury de professionnels et d'universitaires. C'est un travail actif de synthèse et de réflexion à partir des enseignements reçus et des expériences partagées. Objectifs : appliquer concrètement, dans le cadre d'un projet, seul ou en équipe, les enseignements partagés par les auditeurs. Développer les capacités et renforcer les comportements de manager des médias des auditeurs.

Niveau : approfondi - 3 mois minimum, 24 ECTS (soutenance et mémoire inclus)