

Master international de Management des Médias à distance

Organisation pédagogique

Session 2018/2019

Tables des matières

Organisation pédagogique	3
UE 1 : Management des équipes – session 1	4
<i>Module : Communication interpersonnelle</i>	4
<i>Module : Management et leadership</i>	4
UE 2 : Développement stratégique.....	5
<i>Module : Management des médias à l'ère du numérique</i>	5
UE 3 : Développement commercial	6
<i>Module : Outils et stratégies marketing dans le domaine des médias</i>	6
UE 4 : Management des équipes – session 2	7
<i>Module : Management et gestion des ressources humaines</i>	7
<i>Module : Management de la diversité culturelle</i>	7
UE 5 : Dynamique des médias	8
<i>Module : Droit, éthique et responsabilité des médias</i>	8
UE 6 : Management et gestion de la production et de la diffusion	9
<i>Module : Stratégies de positionnement et de communication</i>	9
UE 7 : Ingénierie managériale – Management de projet	10
<i>Module : Management stratégique comparés des médias</i>	10
UE 8 : Projet	11
<i>Module : Management de projet et projet tutoré</i>	11

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 septembre de chaque année, *la prochaine session démarrera donc en septembre 2018 mais la sélection des dossiers se fait en juillet 2018*. De plus, voici quelques éléments d'information complémentaires :

- ✓ 8 unités d'enseignement (UE) correspondants à 10 modules de formation (un ou deux modules par UE) ainsi qu'un projet professionnel tutoré correspondant à une 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'une évaluation intermédiaire et d'une évaluation finale déployées pour chaque module. 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.
- ✓ 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.

UE 1 : Management des équipes – session 1

Module : Communication interpersonnelle

Thèmes abordés : l'importance de la communication verbale et non verbale dans un contexte professionnel. Les essentiels de la communication non violente, de la PNL, de l'analyse transactionnelle, de la prévention et gestion des conflits en milieu professionnel.

Objectifs : Développer son potentiel communicationnel dans un contexte professionnel en s'appuyant sur des concepts clés de la communication. Savoir prévenir et gérer les conflits en contexte professionnel. Maîtriser sa gestion du stress, ses émotions et sa prise de parole en public.

Niveau : approfondi

3 ECTS

Module : Management et leadership

Thèmes abordés : Le management positif et l'orientation solutions en s'entraînant à favoriser l'émergence des opportunités en accompagnant les démarches de progrès individuels et en pratiquant les outils de l'approche coaching et du management positif.

Objectifs : Professionnaliser sa prise de parole, pour mieux manager. Développer ses capacités à manager une équipe. Découvrir les méthodes de management positif pour mobiliser des équipes autour de challenge professionnel.

Niveau : approfondi

3 ECTS

UE 2 : Développement stratégique

Module : Management des médias à l'ère du numérique

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

6 ECTS

UE 3 : Développement commercial

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

6 ECTS

UE 4 : Management des équipes – session 2

Module : Management et gestion des ressources humaines

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

3 ECTS

Module : 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 Jazira...) 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

3 ECTS

UE 5 : Dynamique des médias

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 le droit d'auteur. Les réglementations nationales 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, contenu 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

6 ECTS

UE 6 : Management et gestion de la production et de la diffusion

Module : Stratégies de positionnement et de communication

Thèmes abordés : l'adéquation entre positionnement, valeurs, promesse, habillage et programmes d'une chaîne. Le besoin de lisibilité dans le contenu et la forme des émissions. Les techniques de programmation et la maîtrise de la grille de programmes. La création d'événements à l'antenne. Les bandes-annonces. La mise en image des émissions de plateau. L'organisation du service des programmes. La mesure d'audience. La publicité. La communication hors antenne. Les tendances internationales de programmes. Les nouveaux comportements dans la consommation des contenus audiovisuels.

Objectifs : développer les compétences théoriques et pratiques dans la maîtrise des contenus télévisuels (content management) via une approche marketing autour du lien qualitatif entre diffuseur et téléspectateur. Acquérir une vision globale et de nombreuses méthodes concrètes pour optimiser l'offre de programmes et la programmation.

Niveau : approfondi

6 ECTS

UE 7 : Ingénierie managériale – Management de projet

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

12 ECTS

UE 8 : Projet

Module : Management de projet et 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

12 ECTS (soutenance et mémoire inclus)