

- **Titre du cours** : Approche socio-économique des médias
- **Programme** : Master 1
 - Mention : Information, Communication
 - Parcours type :
 - Administration et communication des activités culturelles (ACAC)
 - Administration et gestion de la communication (AGCOM)
 - Communication et culture numérique
 - Communication et territoires
- **Crédits ECTS** : 3
- **Langue d'enseignement** : Français
- **Modalité pédagogique** : Présentiel
- **Total heures** : 18h
- **Heures CM** : 18h
- **Heures TD** : Pas de TD
- **Heures de travail personnel par étudiant** : 36h
- **Responsable de la formation** : Sylvie Laval
- **Responsable du cours** : Nicolas Tilli
- **Chargé de TD** : Pas de TD

DESCRIPTION

- **Présentation** :

Quel est l'objectif global du cours ?

- S'interroger sur la triade : médias de communication-économie-État
- Découvrir les spécificités socio-économiques de l'industrie médiatique
- Analyser les stratégies de concentration et de diversification et développer un discours critique

L'idée est de faciliter la compréhension du paysage médiatique français et de décrypter ses enjeux socio-économiques.

- **Lien avec le programme** :

Ce cours positionné à la fin de la première année de master (semestre 2) est structuré autour d'une approche interdisciplinaire ouvrant la voie à une réflexion critique d'ensemble et cherche à présenter, analyser et appréhender les spécificités socio-économiques de médias de communication.

- **Objectifs d'apprentissage** :

A l'issue de ce cours, l'étudiant est capable de :

- Connaître les stratégies économiques des entreprises médiatiques
- Comprendre les enjeux socio-économiques contemporains de la concentration des médias de communication
- Questionner l'économie des industries culturelles
- Favoriser l'émergence d'une approche critique de l'économie et du fonctionnement des médias de communication

- **Compétences transverses :**

- **Compétences managériales**

Sont-elles abordées, préparées, renforcées ?

Oui : prise de parole devant un groupe, compétences à débattre, savoir communiquer efficacement à l'écrit, acquérir une capacité de synthèse, etc.

- **International**

Ce cours prépare-t-il aux interactions à l'international ?

Oui : compétences interculturelles et transversales, et interaction en groupe, etc.

- **Responsabilité sociale et environnementale**

Ce cours aborde-t-il les thématiques liées à la RSE ?

Non.

- **Prérequis :**

Que faut-il maîtriser avant de commencer ce cours-là ?

UE 9.

- **Contenu, organisation :**

Lecture préalable au cours, interaction avec l'enseignant, travail en groupe, exposé, rendu de rapports.

Quels documents sont mis à disposition des étudiants ? Par quel biais ?

L'ensemble des documents nécessaires au cours sont disponibles sur l'Espace Moodle : documents scientifiques, matériel audiovisuel, articles de doctrine, documents officiels, etc.

- **Modalités d'évaluation :**

Contrôle continu :

- participation (20%)
- rendu de rapports ou présentations orales (30%)
- travail final (50%)

Type d'évaluation :

Études de cas, présentation orale, travail de groupe, rendu de rapports.

- **Bibliographie :**

- Patrick-Yves BADILLO, « Usagers et socio-économie des médias », Revue française des sciences de l'information et de la communication, n°6, 2015.

- Jean-Marie CHARON, « Stratégies pluri-médias des groupes de presse », dans Les Cahiers du journalisme, 2009, n°20, p. 54-74.

- Michel GASSEE, « L'aide directe à la presse en Communauté française (1973-2005) », dans Courrier hebdomadaire du CRISP, 2005, n° 1873, p. 1-47.

- Patrick LE FLOCH et Nathalie SONNAC, Économie de la presse, Paris, La Découverte, 2005.

- Michel MATHIEN, Économie générale des médias, Paris, Ellipses Marketing, 2003.

- Michel PINÇON et Monique PINÇON-CHARLOT, Sociologie de la bourgeoisie, Paris, La Découverte, 2016.

- Franck REBILLARD et Nikos SMYRNAIOS, Les infomédiaires, au cœur de la filière de l'information en ligne, Réseaux, 2010, n° 160-161, p. 163-194.

- Nadine TOUSSAINT-DESMOULINS, L'économie des médias, Paris, 2011, coll. « Que sais-je ? », Presses universitaires de France.

Clause de non-responsabilité

Les informations fournies dans ce syllabus sont provisoires et peuvent être modifiées. Les modifications du plan de cours seront annoncées en classe.