



UFR de Philosophie

MASTER 2 Mention Philosophie

Spécialité : Conseil éditorial et gestion des contenus plurimédias

Finalité : Professionnelle

PROGRAMME DES ENSEIGNEMENTS

**Responsable pédagogique
de la spécialité**

Sébastien Claeys

sebastien.claeys@sorbonne-universite.fr

Secrétariat du master

Lamiae VEERAVALLI

lamiae.veeravalli@sorbonne-universite.fr

Marlène Deffon

marlene.deffon@sorbonne-universite.fr

En Sorbonne

le lundi (de 9h30 à 12h30),

les mercredi et jeudi (de 9h30 à 12h30 et de 14h à

16h30) et le vendredi (de 9h30 à 12h30)

A Serpente, bureau 324,

le mardi (de 9h30 à 12h30 et de 14h à 16h30)

Année universitaire 2023-2024

CONTEXTE

La communication éditoriale, un secteur en transformation rapide et accueillant pour les étudiants en sciences humaines

La communication éditoriale est la communication par la conception de contenus, la mise en récit des messages à diffuser, et la médiation par l'écrit ou la vidéo. Le Master Conseil éditorial et gestion des contenus plurimedias apporte aux étudiants des apprentissages pratiques et stratégiques pour concevoir et animer des outils de communication éditoriaux sur tous les supports.

Le secteur de la communication éditoriale ne cesse de se réinventer, chaque émetteur cherchant comment émerger dans un environnement foisonnant, alors que les temps d'attention des publics restent limités. Dans ce contexte, le domaine de la communication éditoriale connaît depuis plusieurs années une évolution dynamique. Cinq grandes tendances se démarquent dans le paysage de la communication :

- La diversification des canaux (sites web, réseaux sociaux, plateformes vidéo / photo, magazines, nouvelles revues, podcasts...).
- La multiplication des émetteurs (médias, entreprises, marques, communautés, individus...).
- L'enrichissement des formats (vidéo en ligne, podcasts, webdocumentaire, journalisme narratif, datavisualisation, infographie, formats courts sur les réseaux sociaux, blogs, etc.).
- La croissance exponentielle des volumes d'information produits et échangés.
- Le passage d'une communication horizontale vers une communication sous forme de dialogue et de médiation avec les publics (vulgarisation, communautés d'internautes, etc.).

Ces cinq tendances se développent dans le contexte de la *convergence* numérique, interrogeant les frontières entre les médias.

Ce secteur est à la recherche de professionnels ayant une forte culture générale, une capacité d'analyse et de traitement de contenus complexes. Les étudiants issus de filières en sciences humaines ont donc toute leur place dans ce domaine, à condition de développer un intérêt pour les nouveaux médias, les nouvelles technologies de l'information et une certaine créativité.

PROJET PÉDAGOGIQUE

Des apprentissages pratiques et stratégiques enrichis par une dimension réflexive

Le Master Conseil éditorial, créé en 2001 au sein de l'UFR de Philosophie de la Faculté de Lettres de Sorbonne Université, accueille des étudiants disposant d'une formation universitaire initiale structurante : M1 de philosophie ou de sciences humaines (lettres, histoire, sociologie, géographie, sciences politiques, langues, etc.).

Son objectif est d'apporter le socle de compétences, les outils et les méthodologies qui leur assurent une bonne maîtrise des contenus et leur permettent d'occuper les emplois du secteur de la communication éditoriale, qu'il s'agisse de concevoir, gérer et animer :

- Des sites, des journaux, des rapports annuels, des flux de contenus textes, vidéo, audio,

etc.

- Des dispositifs de communication articulant plusieurs médias.
- Des programmes de vulgarisation, de pédagogie (Mooc...).
- Des débats en ligne ou hors ligne (community management, réseaux sociaux externes et/ou internes, plateformes de débats).
- Des dispositifs de veille informationnelle (gestion et exploitation stratégique de l'information).

Ils acquièrent pour cela différents savoir-faire en stratégie de communication, conception de contenus éditoriaux et mise en œuvre opérationnelle :

- Analyser un besoin concernant un dispositif de communication ou de médiation et élaborer une réponse stratégique.
- Proposer une stratégie de publication à décliner sur tous les supports en ligne.
- Concevoir un site internet et maîtriser un CMS (content management system).
- Rédiger pour être lu (tous supports) et référencé en ligne.
- Traduire des idées, des concepts ou des messages pour un large public non spécialisé.
- Scénariser l'information en mobilisant différents médias (texte, image, son, vidéo, animation...).

L'apprentissage passe aussi par l'acquisition de savoir-être :

- Gestion de projet et travail en équipe
- Créativité et agilité
- Expression orale et capacité de conviction.

Savoir-faire, savoir-être mais aussi savoir penser : un séminaire permet aux étudiants de mettre ces outils en perspective, d'exercer leur esprit critique, d'appréhender les enjeux humains et sociaux de la communication et de l'évolution des métiers de l'éditorial.

DÉBOUCHÉS

Les métiers de la communication éditoriale

Le Master 2 Conseil éditorial est un master professionnalisant, qui prépare à l'entrée dans la vie active. Il mène aux métiers de la conception, de la réalisation et de l'animation de dispositifs éditoriaux.

Employeurs potentiels : agences de communication, agence web, services communication des entreprises, des institutions publiques, des collectivités territoriales et des associations. Plus rarement, le secteur de la presse ou de l'édition.

Dans des postes de : chef de projet, consultant, webmestre, modérateur, rédacteur, gestionnaire de contenus.

Avec des perspectives de : consultant senior, directeur de projet, directeur éditorial, chargé de développement, rédacteur en chef de site ou de publication...

Les enseignants, tous issus du monde professionnel, permettent aux étudiants de s'orienter et les introduisent à la vie professionnelle. De même, l'association des anciens étudiants du Master Conseil éditorial a pour vocation de construire et d'animer un réseau de professionnels de l'information et de la communication, mais aussi de favoriser l'entrée sur le marché du travail à travers un système de partage d'offres d'emploi et de mentorat.

PRÉ-REQUIS

Culture générale et créativité

Le Master Conseil éditorial s'adresse aux étudiant.e.s, titulaires d'un Master 1, issu.e.s de formations à fort contenu de culture générale (philosophie, histoire, géographie, sociologie, science politique...).

La formation sollicite :

- Un esprit de synthèse à partir de données hétérogènes et une aptitude à la problématisation.
- Une compétence rédactionnelle qui puisse s'adapter aux supports (journaux, sites, newsletter...), aux cibles auxquelles ils sont destinés ainsi qu'aux usages et aux sensibilités (écrans, habitudes des internautes, niveau socioculturel des destinataires...).
- Une préoccupation pour l'information, pour les contenus, leur articulation, leur scénarisation.
- Une certaine agilité intellectuelle, une bonne dose de créativité et d'ouverture.

CONDITIONS D'ADMISSION

Les exigences propres à un enseignement professionnel (travail en équipe, apprentissages pratiques et suivi individuel des étudiants) imposent de limiter l'accès en M2.

Les candidats intéressés doivent faire une préinscription en ligne sur le site officiel de Sorbonne Université en se connectant à l'application dématérialisée E-candidat et constituer un dossier de candidature constitué des éléments suivants :

- Un curriculum vitae
- Les photocopies des relevés de notes obtenus après le baccalauréat
- Le dossier de candidature renseigné
- Selon la situation universitaire de l'étudiant, un formulaire de transfert « arrivée »
- Le relevé de notes de l'année en cours
- Le relevé de notes du baccalauréat
- Un justificatif de niveau C1 pour les étudiants titulaires de diplômes étrangers
- Une lettre de motivation, décrivant notamment les premières expériences vécues dans le monde professionnel (stages, emplois d'été...), le projet professionnel et l'appétence du candidat pour le secteur de la communication (pratique d'information, participation à un journal, pratique des réseaux sociaux, production éditoriale bénévole, etc.).

Une commission de recrutement siégera en deux sessions (l'une mi-juin, l'autre début septembre) afin d'examiner les candidatures et d'auditionner les candidats retenus.

Les candidats en formation continue, en reprise d'études ou au titre de la Valorisation de l'Expérience (VAE) doivent s'adresser au Service de la formation continue de l'Université Sorbonne Université :

- Contact : Véronique Causero (veronique.causero@sorbonne-universite.fr)
- Site de la formation continue : <https://fc.sorbonne-universite.fr/>

ÉQUIPE ENSEIGNANTE

L'équipe enseignante est issue du monde professionnel

Une communauté d'enseignants et de nombreux intervenants accompagnent les étudiants dans leurs apprentissages techniques et stratégiques, et leur introduction dans la vie professionnelle.

ABRIEUX Claire, webmestre éditorial, BNF (ancienne du Master)

ASSOULINE Axel, chargé de mission communication numérique, Cabinet du Ministre des Armées

CLAEYS Sébastien, responsable communication et débat public, Espace éthique Île-de-France, Professeur associé à Sorbonne Université (ancien du Master)

GAMBARDELLA Florian, directeur du planning stratégique, agence Spintank (ancien du Master)

GERARD Benjamin, Journaliste & consultant éditorial, co-fondateur du studio Portemire

KRONEK Steffie, Consultante SEO chez Yuri&Neil (ancienne du Master)

LAIR Pierre-Olivier, expert Wordpress

LALOUX Jean, directeur de Youmean

LAUR Julien, Directeur et producteur de l'agence Maneki Lab

LE GORREC Didier, directeur de l'agence Madras Editing

LE NOAN Aloïs, Journaliste

PIERROT Emmanuel, photographe et artiste

SAUBLET Aurélien, directeur artistique *free lance*

VIGNON Laurence, Présidente de l'agence ici Barbès

ZERBIT Alan, UX designer

VOLUME HORAIRE ET ORGANISATION DU TRAVAIL

Il s'agit d'une formation À TEMPS PLEIN (de mi-octobre à fin mars). Le volume d'heures de cours est d'environ 400 heures sur cette période, auxquelles il faut ajouter un travail personnel et collectif (en petits groupes, variables selon les modules) très intense.

Calendrier des enseignements dans le Master Conseil éditorial :

- **De septembre à mars** : cours et enseignements (voir les UE ci-dessous).
- **Mars** : Grand oral de fin d'année. Les projets de fin d'année permettent aux étudiants, constitués en « équipes agences », de développer une recommandation détaillée à partir d'un brief réel proposé par une entreprise ou une institution, en mettant en oeuvre les méthodologies et des outils auxquels ils sont formés : benchmark, stratégie, positionnement et conception, ligne éditoriale, ergonomie, rédaction, conception de vidéo
- **D'avril à septembre** : les étudiants partent en stage de 3 à 6 mois à partir du mois d'avril.
- **Octobre-novembre** : rendu du rapport de stage, du mémoire et soutenance.
- **Décembre** : remise des diplômes.

CONTENUS DES ENSEIGNEMENTS

UE1 COMPRENDRE LES ENJEUX MU1PH3/48F

Total : 43 heures

Semestre 1 : 2 crédits ECTS

Semestre 2 : 1 crédit ECTS

Un séminaire destiné à fournir les connaissances et les éléments de réflexion sur les métiers de la communication et les technologies d'information et de communication. On cherchera à comprendre ce qui se développe sous le nom de société de l'information ainsi que les perspectives ouvertes aux métiers qui s'y déploient. Ce volet de réflexion pratique sur les enjeux contemporains des métiers de la communication éditoriale est complété par un enseignement dédié au « Paysage de la communication » (enjeux, acteurs, évolutions du secteur).

Communication M3/4PHE010

- Enjeux éthiques de la communication (S. Claeys), 29 h
- Paysage de la communication (C. Abrieux) : 14h

UE2 CONCEVOIR LES OUTILS MU2PH3/48F

Total : 109 heures 30

Semestre 1 : 8 crédits ECTS

Semestre 2 : 6 crédit ECTS

Ce module entend initier les étudiants à la conception de stratégies éditoriales globales en réponse à un cahier des charges, à l'ergonomie des contenus sur internet, à l'analyse et à la conception de sites internet et de dispositifs de publication et à l'usage des logiciels de publication et de gestion de contenus.

Conception M3/4PHE020

- Stratégies éditoriales (L. Vignon) 34 h
- Conception de sites (F. Gambardella) 20 h

Ergonomie M3/4PHE021

- UX design (A. Zerbit) 20 h

Outils M3/4PHE022

- WordPress (P.O Lair) 18h (en demi-groupes)
- Suite Adobe In design, Illustrator et Photoshop (A. Saublet) 17h30 (en demi-groupes)

UE3 SCENARISER LES CONTENUS MU3PH3/48F

Total : 103 heures

Semestre 1 : 8 crédits ECTS

Semestre 2 : 6 crédit ECTS

Ce module entend initier les étudiants aux techniques de production de contenus : texte, vidéo, infographies, illustrations, photographies, etc.

Rédaction M3/4PHE030

- Rédaction journalistique (J. Laloux et D. Le Gorrec) 33h (en demi-groupes)

Multimédia M3/4PHE031

- Nouvelles narrations (J. Laur) 16h
- Conception et montage vidéo (B. Gérard) 21h
- Conception /scénarisation de podcast (A. Le Noan) 19h

Iconographie M3/4PHE032

- Conception /scénarisation de photographies et d'illustrations (E. Pierrot) 14h

UE4 MANAGER ET MESURER MU4PH3/48F

Total : 55 heures

Semestre 1 : 8 crédits ECTS

Semestre 2 : 5 crédit ECTS

Il s'agit d'initier les étudiants aux méthodes de gestion de projets éditoriaux, notamment en ligne, et aux méthodes *du community management*, SEO, veille et promotion de contenus en ligne.

Manager et mesurer M3/4PHE040

- Gestion de projet (F. Gambardella) 20h
- Veille et community management (A. Assouline) 29h
- SEO et référencement web (S. Kronek) 6h

UE5 ELABORER SON PROJET MU5PH3/48F

Total : 38 heures

Semestre 1 : 4 crédits ECTS

Semestre 2 : 12 crédit ECTS

Ces enseignements visent à faciliter la connaissance du monde du travail et de l'entreprise et à favoriser l'intégration des étudiants. Ils incluent trois volets. D'une part la réflexion sur le projet professionnel de chacun, la rédaction du curriculum vitae et d'une lettre de motivation, la préparation à l'entretien d'embauche. D'autre part, la mise en situation des étudiants à travers le travail de fin d'année sur un cas d'étude (de l'analyse du cahier des charges à la présentation d'une recommandation, devant un jury), la rédaction d'un mémoire et d'un rapport de stage. Enfin, la préparation d'un colloque lié au cours d'éthique de la communication sur les enjeux contemporains des métiers de la communication.

Projet personnel, intelligence collective M3PHE051

- Préparation à l'insertion professionnelle (C. Abrieux) 8h
- Préparation à l'insertion professionnelle et présentation de débouchés professionnels (DOSIP ; S. Claeys) : 7h
- Préparation d'un colloque (S. Claeys) 15h

Travaux de groupe de fin d'année M4PHE050

- Accompagnement dans les travaux de fin d'année (S. Claeys, L. Vignon) 8h

Rapport de stage M4PHETOB

Les étudiants doivent effectuer un stage en entreprise d'une durée de trois à six mois, à partir du 1^{er} avril. Ils rendent un rapport de stage et un mini-mémoire en relation avec le terrain de stage, début octobre.

ÉVALUATION DES UE, DES MÉMOIRES ET DES RAPPORTS DE STAGE

Toutes les UE du Master sont évaluées en contrôle continu et ne font pas l'objet d'une session de rattrapage.

Les attentes concernant le mémoire sont liées à la :

- Définition du sujet : périmètre, pertinence, problématisation. Lien avec les enseignements du master et lien avec l'expérience acquise en stage.
- Qualité formelle : qualité de l'expression écrite, présentation du document.
- Recherche : recherche documentaire, entretiens éventuellement.
- Qualité de la réflexion et de l'analyse.

Les attentes concernant le rapport de stage sont liées à la :

- Compréhension de l'activité et stratégie de l'entreprise (enjeux, objectifs...).
- Capacité à replacer l'entreprise dans son contexte (environnement, secteur, concurrence...).
- Capacité à rendre compte de façon efficace de la mission confiée et de son articulation avec le reste de la structure (quel enjeu ? quelles collaborations, interactions ?).
- Capacité à analyser cette expérience (adéquation avec vos attentes ? constats ? rapport d'étonnement ? vision « critique » ?) et à établir des liens avec les champs professionnels couverts par le Master.
- Qualité de l'expression, précision du langage et efficacité du style.
- Mise en œuvre des techniques rédactionnelles abordées au cours du M2.