



**Année académique
2020-2021**

Master 1

Syllabus des cours

Master professionnel Ingénierie éditoriale et communication ©2020
Université de Cergy-Pontoise
Site de Gennevilliers
ZAC des Barbanniers, avenue Marcel-Paul
92230 Gennevilliers
www.masteriec.fr

Directrice : Joanna Nowicki
joanna.nowicki@cyu.fr
Directeur des études : Olivier Belin
olivier.belin@cyu.fr
Secrétaire pédagogique : Valérie Amyot
valerie.amyot@cyu.fr
Téléphone : 01 41 21 74 83

Réalisation du syllabus : O. Belin
Réalisation de la charte graphique : Nanyang Dong, promotion 2016,
sous la supervision de Séverine Dupuis et Mona de Sa.

Sommaire

Modalités de contrôle des connaissances	Page 5
Règlement interne	Page 7
Compétences	Page 9
Calendrier	Page 11
Organisation	Page 12
Programme des cours du premier semestre	Page 13
Programme des cours du second semestre	Page 30

Modalités de contrôle des connaissances

Année universitaire 2020-2021

MASTER

Domaine : « Arts, Lettres, Langues »
Mention : « Métiers du livre et de l'édition »

Parcours Ingénierie éditoriale et communication
Finalité professionnelle

Cadre réglementaire : Arrêté du 25 avril 2002 relatif au diplôme national de master
<http://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000000771847&fastPos=65&fastReqId=1794378360&categorieLien=cid&oldAction=rechTexte>

Utilisation des notes de première et deuxième session

Nombre de sessions : **1**

La note finale du semestre est la moyenne pondérée des notes des UE affectées de leurs ECTS : **Oui**

Absence des étudiants aux examens

- Si une Absence Injustifiée (ABI) est saisie au niveau de l'épreuve, le Relevé des Acquis indiquera « Absence Injustifiée » à la place de la note et l'étudiant sera défaillant (DEF) à l'EC, à l'UE, au semestre, et à l'année.

- Si une Absence Justifiée (ABJ) est saisie au niveau de l'épreuve, le Relevé des Acquis indiquera « Absence Justifiée » à la place de la note ; la moyenne de l'étudiant à l'EC, à l'UE, au semestre, à l'année est calculée avec un 0/20.

Compensations & Capitalisation

La formation de M1 est annualisée : **Non**

La formation de M2 est annualisée : **Non**

Les UE ou semestres 1, 2, 3 ou 4 obtenus avec une note supérieure à 10/20 en session 1 : **Oui**

Les UE obtenues avec une note supérieure à 10/20 en session 1 sont capitalisées : **Oui**

Les EC obtenus avec une note supérieure à 10/20 en session 1 sont capitalisés : **Oui**

Les moyennes des semestres 1 et 2 du M1 se compensent : **Oui**

Les moyennes des semestres 3 et 4 du M2 se compensent : **Oui**

Un affichage ou une communication des règles du contrôle continu, sous la responsabilité de l'enseignant, est obligatoire un mois au plus tard après la rentrée des étudiants : **Oui**

Règles particulières

Absences justifiées admises : ¼ du total des séances du cours. Au-delà, l'étudiant sera défaillant.

Règles concernant le stage ou période en entreprise de M1 et M2

La durée du stage ou les modalités du mémoire de M1 sont définies par le responsable de la formation : **Oui**

Durée du stage : équivalent 4 mois temps complet

La durée du stage ou les modalités du mémoire de M2 sont définies par le responsable de la formation : **Oui**

Durée du stage : équivalent 4 mois temps complet

La durée de la période en entreprise est définie par le calendrier de la formation lorsque celle-ci est proposée en apprentissage : **Oui**

Le stage ou le mémoire ou la période en entreprise fait l'objet d'un rapport écrit : **Oui**

Le stage ou le mémoire ou la période en entreprise fait l'objet d'une soutenance orale : **Oui**

Le stage ou le mémoire ou la période en entreprise fait l'objet d'un rapport écrit en anglais : **Non**

Le stage ou le mémoire ou la période en entreprise fait l'objet d'une soutenance orale en anglais : **Non**

L'étudiant peut, s'il le souhaite, et/ou s'il a fait un stage à l'étranger, rédiger et soutenir en anglais : **Oui**

Indiquer les notes qui sont prises en compte dans le calcul de la note finale de stage, mémoire ou période en entreprise : 1, 2, 3 ou plus

Note d'écrit : **Oui**

Note de présentation orale : **Oui**

Évaluation du référent entreprise : **Oui**

Règle de calcul de la note finale du stage, du mémoire ou de la période en entreprise : 40% écrit, 40%oral, 20% référent entreprise

Mode de validation du diplôme intermédiaire de Maîtrise

Le diplôme intermédiaire de Maîtrise est délivré selon les critères de validation du M1 : **Oui**

Mode de validation du Master

Si la formation est semestrialisée, les choix d'UE en M1 et en M2 sont validés par l'équipe pédagogique, le nombre d'ECTS est égal à 30 par semestre : **Oui**

Les choix d'UE en M1 et en M2 sont validés par l'équipe pédagogique, le nombre d'ECTS est égal à 60 par année : **Oui**

Pour un étudiant inscrit en M1 à l'UCP, la validation du M1 est obligatoire pour obtenir une inscription en M2 : **Oui**

La validation du master pour un étudiant inscrit à l'UCP nécessite la validation du M1 et du M2 : **Oui**

Pour un étudiant venant d'une autre université, la validation du M1 (ou équivalent) est obligatoire pour obtenir une inscription en M2 : **Oui**

La validation du master pour un étudiant ayant validé son M1 dans une autre université nécessite la validation du M2 : **Oui**

Les dispositions suivantes relèvent de l'appréciation du Jury qui est souverain dans ses décisions :

Pour les étudiants inscrits en M1 à l'UCP, le passage en M2 peut être conditionnel : **Non**

Lorsque le M1 est proposé en Formation par Alternance (FA) en contrats d'apprentissage ou contrats de professionnalisation, le passage en M2 peut être conditionnel : **Non**

Le redoublement en M1 n'est pas de droit, si le jury l'autorise le nombre de redoublement en M1 est limité à une fois : **Oui**

Le redoublement en M2 n'est pas de droit, si le jury l'autorise le nombre de redoublement en Master est limité à une fois : **Oui**

Le redoublement en M2 dans une formation par alternance est autorisé : **Non**

Mode de calcul de la mention P, AB, B, TB de Master

Mention du diplôme : mention Passable : $10 \leq m < 12$; Assez-Bien : $12 \leq m < 14$; Bien : $14 \leq m < 16$; Très Bien : $m \geq 16$

Pour les étudiants ayant fait M1 et M2 à l'UCP la mention repose sur la moyenne des deux années du master : **Oui**

Pour les étudiants ayant fait M1 et M2 à l'UCP la mention repose sur la moyenne du M2 : **Non**

Pour les étudiants ayant fait un M1 dans une autre université, la mention repose sur la moyenne du M2 fait à l'UCP : **Non**

Règlement interne

Cette formation est dédiée à des étudiants inscrits en formation initiale, en formation continue et à des étudiants en apprentissage. Le règlement ci-dessous les concerne tous.

Des **représentants des étudiants** sont élus au début de chaque année académique afin d'être leurs porte-parole.

Les **rendez-vous avec les enseignants** sont pris par le secrétariat.

L'assiduité aux cours est obligatoire. Toute absence doit être justifiée auprès du secrétariat. Au-delà d'un quart d'absences non justifiées à chaque cours, l'étudiant est considéré défaillant, c'est-à-dire que l'enseignant ne corrigera plus ses copies d'examen. Une feuille d'émargement est à signer au début de chaque cours. Il est dans l'intérêt de l'étudiant de veiller à ce que sa signature y figure. La ponctualité est de rigueur : un retard non annoncé en début de cours entraîne l'enregistrement de l'absence de l'étudiant pour toute la séance.

Tout **travail** doit être rendu en **version papier** (sauf indication contraire de l'enseignant). Tout **travail rendu en retard** entrainera une pénalité en points (2p. à partir du premier jour de retard et 2p. pour toute semaine supplémentaire de retard). Cette consigne concerne toutes les matières.

Le voyage d'études fait partie du programme de formation et tout le monde y participe.

L'apprentissage est géré par le CFA SACEF, 5, rue Cadet, 75009 Paris. Votre interlocutrice est Madame Benjamine Letu-Montois (b.letu-montois@cfasacef.fr).

Les stagiaires sont suivis par les responsables des stages et ont l'obligation de les tenir informés de la recherche du stage, de son déroulement et des difficultés rencontrées. Les stagiaires doivent veiller à ce que leur convention de stage et les avenants de la convention soient signés au moins une semaine avant le début du stage. Toute volonté de changement ou de réduction de la durée du stage est à signaler. Vos interlocuteurs pour les stages sont Valérie Amyot (valerie.amyot@cyu.fr) pour les conventions de stage, Dominique Dufour (hidominique@gmail.com) et Ylan de Raspide (ylan.de-raspide@cyu.fr) pour la recherche de stage, le suivi de stage et le retour d'expérience.

Le mémoire de recherche est obligatoire. Il est accompagné par un séminaire de méthodologie qui commence en première année et qui est une ouverture à la recherche. Le séminaire de deuxième année permet à l'étudiant d'être personnellement suivi dans l'élaboration de son mémoire, en fonction de la spécialité choisie.

Le master IEC à vocation professionnelle peut également conduire au doctorat grâce à ce dispositif de l'adossement à la recherche

Du **matériel** peut être prêté aux étudiants. Il est à retirer dans le casier du master au 2^e étage, au niveau du studio de télévision. La clef de ce casier sera gardée à tour de rôle par un étudiant de la promotion, selon un emploi du temps établi en début d'année. Le matériel est à réserver auprès de Bernadette Pasquier (bernadette.pasquier@cyu.fr). Pour tout prêt de matériel, l'étudiant se fait responsable de sa disparition ou détérioration. Dans le même casier se trouvera **un double de la clef de la salle de cours**, à utiliser en cas de besoin (non-ouverture par les agents de sécurité).

Règles d'hygiène et de courtoisie :

Les salles de cours sont un lieu de travail, et ne sont donc pas destinées à l'entrepôt, à la restauration ou aux buffets. Les étudiants sont responsables de la tenue des salles de cours et de la salle commune. Régulièrement, ils seront invités à prendre en charge le rangement de ces espaces collectifs.

L'ordinateur est toléré pendant le cours exclusivement pour la prise de notes. En termes de courtoisie, un écran ouvert fait barrage entre l'étudiant et l'enseignant. Il faut donc limiter son usage au strict nécessaire.

L'utilisation des *téléphones portables* pendant les cours est strictement interdite.

Compétences génériques

- liste établie au niveau de Cergy Paris Université -

Savoirs et technicité

- Conduire un projet en équipe pluridisciplinaire.
- Identifier et exploiter les techniques, méthodes et outils de sa spécialité.
- Analyser des problématiques complexes en fonction de l'environnement.
- Concevoir et mettre en œuvre des actions dans le respect de la déontologie.

Communication / relation

- Travailler en équipe dans un contexte national ou international.
- Transmettre de l'information et des savoirs adaptés aux publics.
- Communiquer à l'écrit et à l'oral en français et dans une langue étrangère.

Traitement de l'information

- Identifier les sources pertinentes d'information, organiser et exploiter les données.
- Contextualiser l'information dans une perspective opérationnelle.
- Élaborer un écrit de synthèse sur une problématique complexe.

Initiation aux réalités économiques

- Assurer la veille technique de sa spécialité et prendre en compte les innovations.
- Identifier les éléments clés d'une situation afin d'informer ou d'alerter.
- Élaborer des éléments stratégiques d'une action et proposer des recommandations de mise en œuvre.
- Établir un budget prévisionnel et rendre compte de l'utilisation des ressources financières

Compétences spécifiques du Master IEC

Édition

- Rechercher de l'information documentaire et iconographique.
- Coordonner un ouvrage collectif : du chemin de fer à l'impression, en passant par la sélection des iconographies et la rédaction des textes.
- Coordonner l'impression d'un livre ou de supports de communication.
- Organiser des contenus thématiques : créer des sommaires, des collections, organiser des chapitres, des livres.
- Réaliser la refonte de documents existants : plaquettes, maquettes, affiches.
- Assurer le secrétariat d'édition : suivre toutes les étapes de la réalisation d'un ouvrage, de la réception du texte de l'auteur jusqu'à l'impression du livre.

Communication

- Organiser des conférences de presse.
- Écouter et prendre en compte les remarques des auteurs, des clients, de

commanditaires, des fournisseurs.

- À partir d'un brief, proposer une recommandation stratégique et construire le plan d'actions s'y référant.
- Assurer une veille éditoriale et culturelle.
- Rédiger du contenu web adapté à la stratégie de communication de l'entreprise.
- Créer et gérer un site internet, en assurer le référencement naturel.

Informatique

- Maîtriser Photoshop, Indesign.

Droit


- Connaître les procédures juridiques qui garantissent le respect du droit de propriété intellectuelle et permettent l'exploitation des œuvres par un tiers.


Langues


- Traduire des communiqués ou suivre leur traduction de l'anglais au français et inversement.
- Maîtriser l'anglais dans un contexte professionnel.


Calendrier 2020-2021


M1 IEC CALENDRIER 2020-2021																														
SEPT.	OCT.	NOV.	DEC.	JANV.	FEV.	MARS	AVRIL	M AI	JUIN	JUILLET	AOUT	SEPTEMBRE																		
1 M	1 J	1 D	1 M	1 V	1 L	1 L	1 J	1 S	1 M	1 J	1 D	1 M																		
2 M	2 V	2 L	2 M	2 S	2 M	2 M	2 V	2 D	2 M	2 J	2 L	2 J																		
3 J	3 S	3 M	3 J	3 D	3 M	3 M	3 S	3 L	3 J	3 S	3 M	3 V																		
4 V	4 D	4 M	4 V	4 L	4 J	4 J	4 D	4 M	4 V	4 S	4 M	4 S																		
5 S	5 L	5 J	5 S	5 M	5 V	5 V	5 L	5 M	5 S	5 L	5 J	5 D																		
6 D	6 M	6 V	6 D	6 M	6 S	6 S	6 M	6 J	6 D	6 V	6 L	6 L																		
7 L	7 M	7 J	7 L	7 J	7 D	7 D	7 M	7 V	7 L	7 S	7 M	7 M																		
8 M	8 J	8 D	8 M	8 V	8 L	8 L	8 J	8 S	8 M	8 J	8 D	8 M																		
9 V	9 J	9 L	9 M	9 S	9 M	9 M	9 V	9 D	9 M	9 V	9 L	9 J																		
10 J	10 S	10 M	10 J	10 D	10 M	10 M	10 S	10 L	10 J	10 S	10 M	10 V																		
11 V	11 D	11 M	11 V	11 L	11 J	11 J	11 D	11 M	11 V	11 D	11 M	11 S																		
12 S	12 L	12 J	12 S	12 M	12 V	12 V	12 L	12 M	12 S	12 L	12 J	12 D																		
13 D	13 M	13 V	13 D	13 M	13 S	13 S	13 M	13 J	13 D	13 V	13 L	13 L																		
14 L	14 M	14 S	14 L	14 J	14 D	14 D	14 M	14 V	14 L	14 M	14 S	14 M																		
15 M	15 J	15 D	15 M	15 V	15 L	15 L	15 J	15 S	15 M	15 J	15 D	15 M																		
16 M	16 V	16 J	16 M	16 S	16 M	16 M	16 V	16 D	16 M	16 V	16 L	16 J																		
17 J	17 S	17 M	17 J	17 D	17 M	17 M	17 S	17 L	17 J	17 S	17 M	17 V																		
18 V	18 D	18 M	18 V	18 L	18 J	18 J	18 D	18 M	18 V	18 D	18 M	18 S																		
19 S	19 J	19 L	19 M	19 V	19 S	19 S	19 M	19 J	19 S	19 L	19 V	19 D																		
20 D	20 M	20 J	20 M	20 S	20 S	20 S	20 V	20 J	20 D	20 M	20 V	20 L																		
21 L	21 M	21 S	21 L	21 J	21 D	21 D	21 M	21 V	21 L	21 M	21 S	21 M																		
22 M	22 J	22 D	22 M	22 V	22 L	22 L	22 J	22 S	22 M	22 J	22 D	22 M																		
23 M	23 V	23 M	23 M	23 S	23 M	23 M	23 V	23 D	23 M	23 V	23 L	23 V																		
24 J	24 S	24 M	24 M	24 D	24 M	24 M	24 S	24 L	24 J	24 S	24 L	24 V																		
25 V	25 D	25 M	25 V	25 L	25 J	25 J	25 D	25 M	25 V	25 D	25 M	25 S																		
26 S	26 L	26 J	26 S	26 M	26 V	26 V	26 L	26 M	26 S	26 L	26 J	26 D																		
27 D	27 M	27 V	27 D	27 M	27 S	27 S	27 M	27 J	27 D	27 M	27 V	27 L																		
28 L	28 M	28 J	28 L	28 V	28 M	28 M	28 D	28 M	28 J	28 S	28 M	28 M																		
29 M	29 J	29 D	29 M	29 V	29 L	29 L	29 J	29 S	29 M	29 J	29 D	29 M																		
30 M	30 V	30 M	30 L	30 S	30 M	30 M	30 V	30 D	30 M	30 V	30 L	30 J																		
31 S	31 M	31 J	31 D	31 M	31 M	31 M	31 V	31 L	31 M	31 S	31 M	31 M																		
23	56	56	38	38	38	54	38	47	7	0	0	0																		
TOTAL HEURES													413																	


 enseignements

 Travail personnel

 voyage professionnel REX

 Temps en entreprise





Organisation

Comité de direction du Master	Joanna Nowicki, directrice de la formation
	Olivier Belin, directeur des études
	Ylan de Raspide, PAST édition
	Dominique Dufour, PAST communication
	Valérie Amyot, secrétaire pédagogique
	Benjamine Letu-Montois, CFA Sacef

Organisation projets tutorés	Supervision	Joanna Nowicki et Olivier Belin
	Responsables	Responsable projets tutorés édition : Ylan de Raspide
		Responsable projets tutorés communication : Dominique Dufour
	Chargée module gestion (M1)	Angela Pinzone
Tuteurs	1 à 3 tuteurs par projet tutoré	

Responsables stages	Dominique Dufour et Ylan de Raspide
----------------------------	-------------------------------------

Coordination suivi apprentissage	Benjamine Letu-Montois, accompagnée de tuteurs universitaires
---	---

Secrétariat pédagogique	Valérie Amyot
--------------------------------	---------------

Programme des cours du premier semestre

Unité d'enseignement	Enseignant	CM /TD	Heures	Coef.	Crédits	Page
UE1 Structures et enjeux de l'édition	Julie Berquez	CM	18	3	4	14
UE2 Communication et management interculturels	Joanna Nowicki	CM	18	3	4	16
UE3 Histoire de la lecture et des pratiques éditoriales	Olivier Belin	CM	18	3	4	17
UE4 Stratégies et outils de communication	Paul Coquerel	CM	18	2	4	19
UE5 Culture et communication	Isabelle Boyer	TD	18	2	3	20
UE6 Correction ortho-typographique	Noëlle Rollet	TD	18	2	2	22
UE7 Relations presse	Valentine Lenglet	TD	15	2	2	24
UE8 Outils et gestion de projets	Angela Pinzone	TD	15	1	2	26
UE9 Communications and Publishing	Tanguy Bérenger	TD	18	3	3	28
UE10 Communication multimédia	Dominique Dufour	TD	18	2	2	29
Retour d'expérience stagiaires et apprentis*	Benjamine Letu-Montois		3			31

* L'évaluation de l'UE se fait au second semestre

Structures et enjeux de l'édition

Julie Berquez

Objectifs – connaissances acquises et compétences visées

- Connaître la situation de l'édition en France et dans le monde
- Comprendre les mutations auxquelles l'édition est soumise : mutations économiques, de la distribution et des supports ; réfléchir aux enjeux culturels, économiques et commerciaux auxquels l'industrie de l'édition est confrontée et à la façon dont elle peut s'y préparer
- Comprendre l'importance pour la pratique du métier d'éditeur de se tenir informé de l'actualité de l'édition et repérer les principales sources d'information à sa disposition
- Assurer une veille dans le domaine éditorial. Repérer les principales sources d'information du domaine.

Plan du cours

COURS 1 : L'économie du livre aujourd'hui

Politique et chaîne éditoriale

COURS 2 : Anatomie d'un livre papier et numérique : la création éditoriale

La conduite du projet, la fabrication, le marketing et la promotion du point de vue de l'éditeur

COURS 3 : Atelier en classe - conduite de projet éditorial

COURS 4 : Présentation et analyses de projets, débats

COURS 5 : Devoirs sur table

COURS 6 : Correction et actualité de l'édition, nouveaux enjeux

Bibliographie du cours

Ouvrages collaboratifs

Histoire de la librairie française, dir. Patricia Sorel et Frédérique Leblanc avec la collaboration de Jean-François Loisy, Electre-Éditions du Cercle de la Librairie, 2008.

Le livre : que faire ?, R. Alberto, F. Combes, J. Faucilhon et al., la Fabrique, 2008.

L'édition française depuis 1945, dir. Pascal Fouché, Cercle de la librairie, 1998.

Les Métiers de l'édition, dir. Bertrand Legendre, Éditions du Cercle de la librairie, 2002.

Où va le livre ? : édition 2007-2008, dir. Jean-Yves Mollier, Cécile Boulaire, Alban Cerisier, Roger Chartier et al., La dispute, Paris, 2008.

Auteurs de référence

Legendre, Bertrand, L'Édition, coll. Idées reçues, Le Cavalier Bleu édition, 2009.

Schiffrin, André, L'édition sans éditeurs, La Fabrique éditions, 1999.

Schiffrin, André, Le Contrôle de la parole, La Fabrique, 2005.

Siegfried, Unseld, L'auteur et son éditeur, Gallimard, 1983.

Reuves

La revue Livres Hebdo qui publie d'importants dossiers par domaine et permet un suivi de la production éditoriale : nouveaux éditeurs, nouvelles collections, évolutions et tendances.

Sites Internet

http://www.pascalfouche.fr/chronologie-de-l-edition_12.html

Chronologie (conçue par Pascal Fouché) de l'édition française au XXe siècle.

<http://www.sne.fr/>

Site du Syndicat national de l'édition.

Synthèse-Statistiques-SNE-2017, juin 2017

<http://www.sgdl.org/>

Site de la Société des gens de lettres.

Page proposant des contrats d'édition et tout un ensemble d'aides juridiques sur le droit d'auteur

: http://www.sgdl.org/aideJuridique_contrat.asp

<http://www.culture.gouv.fr/culture/dll/prix-livre/intro.htm>

Répartition des bénéfices autour du livre.

<http://www.culturecommunication.gouv.fr/Politiques-ministerielles/Livre-et-Lecture/Economie-du-livre/Marche-du-livre>

<http://www.centrenationaldulivre.fr>

Site du Centre national du Livre.

Sur ce site, vous trouverez en particulier des études et chiffres clés du secteur.

À lire : Étude de mars 2017 : « Les Français et la lecture »

<http://www.maison-des-ecrivains.asso.fr/>

Site de la Maison des écrivains (organisateur de manifestations littéraires et structure d'aide pour toutes les institutions qui souhaitent recevoir des écrivains).

<http://www.asford.org/>

<http://www.legifrance.gouv.fr/>

Le Code de la Propriété intellectuelle

<http://www.bief.org>

Bureau international de l'édition française

Modalités précises de contrôle

Devoir sur table.

Communication et management interculturels

Joanna Nowicki

Objectifs – connaissances acquises et compétences visées

Cours d'introduction à la communication interculturelle et aux implications qu'elle peut avoir dans l'exercice des responsabilités professionnelles dans un environnement international. Réflexion sur la problématique de l'identité et de l'altérité, de l'impact de la culture sur le rapport à l'Autre. L'objectif du cours est de faire prendre conscience aux futurs responsables de communication de l'impact des facteurs culturels sur les relations entre les peuples et les personnes. Le cours se propose de fournir aux étudiants quelques outils pour améliorer leur manière de se comporter avec des personnes issues des cultures variées et les mettre en garde contre les discours qui peuvent instrumentaliser ou simplifier la diversité culturelle.

Les compétences visées sont l'acquisition de l'esprit critique vis-à-vis de l'attitude ethnocentrique et le développement de la capacité d'ouverture à la différence culturelle.

Plan du cours

1. La communication interculturelle, ses origines, ses méthodes, ses objectifs
2. Identité/Altérité
3. Stéréotypes, préjugés, conflits interculturels
4. Différents modèles de cohabitation culturelle (la laïcité, le multiculturalisme, l'homme des confins)
5. La gestion des entreprises et les différences culturelles
6. L'interculturel dans l'environnement professionnel

Bibliographie du cours

- Sélim Abou, « L'identité culturelle », suivi de « Cultures et droits de l'homme », Perrin, 2002
- Jean Baudrillard, Marc Guillaume "Figures de l'altérité", Descartes & Cie, 1994
- Jean Baubérot, « Histoire de la laïcité en France », Puf, 2004, « La laïcité à l'épreuve, religion et liberté dans le monde », Universalis, 2004
- Zygmunt Bauman, « Identité » L'Herne, Paris 2010.
- Guy Bedouelle, Jean Paul Costa, « Les laïcités à la française », Puf, 1998
- Peter Coulmas, « Les citoyens du monde », histoire du cosmopolitisme, Albin Michel 1995
- Pascal Bruckner, « Le sanglot de l'homme blanc », Seuil, 1993
- François Chirpaz, « L'homme précaire » Puf, 2001
- Chantal Delsol, « Eloge de la singularité, La table ronde, 2000.
- Philippe d'Iribarne, « La logique de l'honneur », « La singularité française », « Culture et mondialisation, gérer par-delà les frontières » « l'Islam devant la démocratie »
- Eric Fiat, « Petit traité de dignité », Larousse, Paris 2010, La pudeur , Plon, 2016 (avec Adèle Van Reeth)
- Claude Habib, « Comment peut-on être tolérant ? », Desclée de Brouwer, 2019
- Edward Hall, « La dimension cachée », « Le langage silencieux », « La danse de la vie » Seuil.
- Francis Jacques, « Différence et subjectivité », Aubier Montaigne, 1982
- Ryszard Kapuscinski, « Cet Autre », Feux croisés, Plon, 2004
- Michel Maffesoli « Le temps des tribus, le déclin de l'individualisme dans les sociétés postmodernes, La table Ronde 1988
- Amin Maalouf, « Les identités meurtrières », Editions Grasset, 1998

- Jean-François Mattéi, « La barbarie intérieure, essai sur l'immonde moderne, Puf, 1999, Flammarion, 2007 ; « Le procès de l'Europe, grandeur et misère de la culture européenne, Puf, 2011.
- Edgar Morin "Le paradigme perdu : la nature humaine", Seuil, 1973, « L'identité humaine », Seuil, 2001
- Nicole Lapierre, « Pensons ailleurs », Gallimard, 2004
- Paul Rasse, « La rencontre des mondes, diversité culturelle et communication », Armand Collin, 2006
- Victor Segalen, „Essai sur l'exotisme”, Paris, LGF, 1986.
- Dominique Schnapper "La relation à l'Autre", Gallimard, 1998
- Daryush Shayegan, Le regard mutilé, pays traditionnels face à la modernité, édition de l'Aube, 1996
- P.-A. Taguieff, „La force du préjugé, essai sur le racisme et ses doubles”, Gallimard, 1987
- Alain Touraine « Un nouveau paradigme, pour comprendre le monde aujourd'hui”, Fayard, Paris 2005
- Tzvetan Todorov : "Nous et les autres, la réflexion française sur la diversité humaine", Seuil, 1989, "La vie commune : essai d'anthropologie générale", Seuil, 1995 "L'homme dépaycé", Seuil, 1996, Le jardin imparfait, la pensée humaniste en France, Grasset, 1998, La peur des barbares, au delà du choc des civilisations, Robert Laffont, 2008.
- Michel Wiewiorka, „ Une société fragmentée, le multiculturalisme en débat”, Edition de la Découverte, 1997
- Les Essentiels d'Hermès, „La cohabitation culturelle” CNRS Edition 2009
- Simone Weil, « L'enracinement », Folio essais, 2015

Modalités précises de contrôle

Contrôle continu. Contrôle final mutualisé avec le cours communication multimédia : présentation d'une problématique de l'interculturel à l'aide d'un support appris dans le cours de communication multimédia. Travail en groupes de 4 personnes.

Histoire de la lecture et des pratiques éditoriales

Olivier Belin

Objectifs – connaissances acquises et compétences visées

Connaître les grandes étapes de l'histoire de l'édition, de la lecture et de leurs supports. Réfléchir sur le long terme aux problématiques de l'édition, de la communication, de la transmission. Étudier l'interaction entre producteurs et récepteurs culturels.

Plan du cours

Les 6 séances du cours se décomposeront en deux phases : 3 séances sur les grands repères de l'histoire du livre, de la lecture et de l'édition, puis 3 séances où, à partir d'objets singuliers, les étudiants seront invités à s'interroger sur les choix éditoriaux, les pratiques de lecture et les usages socioculturels induits par les différents modes de publication.

1. Organisation du cours et ressources pour l'histoire du livre
2. Les grandes étapes de l'histoire de la lecture
3. Les grandes étapes de la fonction éditoriale
4. Cas concrets 1. Autour du livre : la bande dessinée, le livre de cuisine, le guide de voyage, le livre d'artiste
5. Cas concrets 2. Autour de l'opinion publique : le roman-feuilleton, le magazine féminin, l'affiche, la censure
6. Cas concrets 3. Lectures « sauvages » : le canard, le fanzine, le graffiti, le tweet

Bibliographie du cours

- BARBIER Frédéric, *Histoire du livre*, Armand Colin, 2001
- BARBIER Frédéric & BERTHO LAVENIR Catherine, *Histoire des médias. De Diderot à Internet*, Armand Colin, 2003
- Bibliothèque nationale de France, *L'Aventure du livre*, en ligne, URL : <http://classes.bnf.fr/livre/>
- BLASSELLE Bruno, *Histoire du livre*, Gallimard, « Découvertes », 2 vol., 1997-1998
- CAVALLO Guglielmo & CHARTIER Roger (dir.), *Histoire de la lecture dans le monde occidental*, Seuil, « Points Histoire », 2001
- MOLLIER Jean-Yves, *Une autre histoire de l'édition française*, La Fabrique éditions, 2015
- PARINET Élisabeth, *Une histoire de l'édition à l'époque contemporaine*, Seuil, « Point Histoire », 2004

Modalités précises de contrôle

Moyenne de deux notes :

- 1) un exposé oral collectif (par groupes de 3), de 20-30 minutes à présenter lors des séances 4 à 6.
- 2) un test écrit individuel sur la connaissance du site *L'Aventure du livre*.

Stratégies et outils de communication

Paul Coquerel

Objectifs – connaissances acquises et compétences visées

1- Comprendre les principes d'une stratégie de communication

Identifier les différents domaines de la communication : institutionnelle, interne, commerciale, financière, publique, crise.

Connaitre les trois grandes finalités de la communication : notoriété, image, réputation.

Savoir comment s'élabore une stratégie de communication : contexte, enjeu, problématiques, axes stratégiques, messages, cibles et moyens.

2- Savoir comment s'élabore un plan de communication opérationnel

Segmenter et qualifier un public cible, formuler des objectifs de communication et définir des indicateurs de résultats, choisir les moyens adaptés et les mixers, planifier et budgéter, organiser les ressources, définir des indicateurs de pilotage.

3- Connaitre les différents moyens de communication et leurs spécificités

Publicité et plan média, relations presse, relations publiques, réseaux sociaux, lobbying, parrainage, mécénat, partenariat, événementiel...

Plan du cours

- Des relations publiques à la communication d'entreprise
- La stratégie de communication
- Le plan de communication
- Typologie des outils de communication

Bibliographie du cours

- Gérard de Vaublanc, *Image, réputation, influence. Comment construire une stratégie pour vos marques ?* Dunod, 2019
- Assaël Adary, Thierry Libaert, Céline Mas, Marie-Hélène Westphalen, *Communicator*, 9ème édition. Dunod, 2020
- Thierry Libaert, *Le plan de communication*, 5ème édition. Dunod, 2017
- Arnaud Benedetti, *La fin de la com'*. Les éditions du Cerf, 2017

Modalités précises de contrôle

100% de la note : réalisation d'une fiche de brief sur un projet de communication à la fin du cours.

Culture et communication

Isabelle Boyer

Objectifs – connaissances acquises et compétences visées

Le cours culture et communication s'articule autour de deux grands axes : les fondamentaux de la communication et la notion de culture. Dans un premier temps, il s'agira de traiter de l'évolution historique des sciences de l'information et de la communication et des principaux modèles communicationnels. Les notions de communication interne et externe ainsi que le plan de communication seront abordées. La deuxième partie abordera la notion de culture : les niveaux de culture, les définitions possibles du concept de culture, la culture de masse en lien avec la communication de masse. Le cours s'achèvera par l'introduction du concept de contextualisation et l'étude de la médiation culturelle.

Ce cours a donc pour objectif : la maîtrise des concepts fondamentaux de la communication, ainsi que les bases de la communication d'entreprise et du plan de communication en tenant compte de la notion de culture.

Plan du cours

Les modèles de la communication
Les sciences de l'information et de la communication
Le message persuasif
Le plan de communication
La notion de culture
La culture de masse
Les industries culturelles
La contextualisation
La médiation culturelle

Bibliographie du cours

Abouddrar, B.N., Mairesse, F. (2016). *La médiation culturelle*. Paris, PUF, collection Que sais-je?
Caune, J. (1995). *Culture et communication*. Grenoble, PUG.
Dollot, L. (1999). *Culture individuelle et culture de masse*. Paris, PUF, Que sais-je?
Mucchielli (2005). *Etude des communications: approche par la contextualisation*. Paris, Armand Colin.
Pour les étudiants venant d'une autre filière :
Olivesi, S. (2006). *Sciences de l'information et de la communication*. Grenoble, PUG.
Ollivier, B. (2007). *Les sciences de la communication. Théories et acquis*. Paris, Armand Colin

Modalités précises de contrôle

Rendu d'un travail écrit par groupe de 2 personnes et d'une présentation orale de 5 min
Sujet : choisir un objet culturel (livre, exposition, etc.) et analyser le plan de communication mis en place en fonction du public auquel il s'adresse. Il sera étudié les mécanismes de la communication qui sont en cause pour la diffusion de cet élément de la culture de masse.
L'oral consiste en la présentation d'un des supports média utilisé pour la diffusion de cet objet culturel. Une analyse critique est attendue.

Correction ortho-typographique

Noëlle Rollet

Objectifs – connaissances acquises et compétences visées

- Comprendre les enjeux de la correction dans la chaîne de production éditoriale.
- Maîtriser les signes de correction ortho-typographique.
- Connaître les principales règles typographiques et de mise en pages.
- Connaître et maîtriser les principales difficultés de la langue française.
- Améliorer un texte en respectant son style et son auteur.
- Savoir corriger des épreuves en tenant compte de l'ensemble de ces aspects.

Chaque cours repose sur la correction ou la relecture d'un ou plusieurs textes. Les règles sont réunies dans un fascicule et des exercices sont proposés pour préparer ou réviser le cours.

Plan du cours

Relire et corriger

- L'orthographe : définition, évolution et usages
- Le métier de correcteur
- Correction et épreuves
- Ce que l'on corrige
- Marche de correction
- Signes de correction

La relecture d'épreuves

- Règles de mise en page
- Charte graphique
- Autres problèmes spécifiques (calibrage, etc.)
- *Typographie* : romain et italique, composition des chiffres, noms de lieux
- *Orthographe* : révision de la conjugaison

La correction, une question de vigilance

- Points de vigilance (rythme et dosage)
- *Typographie* : sigles et abréviations, noms de personnes
- *Orthographe* : accords (règles et difficultés), emploi et concordance des temps, homonymie
- Règles de ponctuation

De la correction à la reformulation

- Style et respect du texte
- Reformulation et réécriture
- *Typographie* : noms de périodes historiques
- *Orthographe* : fautes de construction, abus de langage et anglicismes, confusions fréquentes

Suivre et contrôler un travail de correction

- Coordonner le travail sur le texte
- Consignes et harmonisation
- *Typographie* : révision et approfondissement
- *Orthographe* : révision et approfondissement

Bibliographie du cours

Ouvrages de typographie

- *Lexique des règles typographiques en usage à l'imprimerie nationale*, Imprimerie nationale, 2002.
- Charles Gouriou, *Mémento typographique*, éditions du Cercle de la Librairie, 1990.

Dictionnaires de langue française

- *Le Petit Larousse illustré* (dans une édition récente, postérieure à 2010) : très exact sur la typographie (trait d'union, etc.).
- *Le Petit Robert* (dans une édition récente, postérieure à 2010) : définitions détaillées.

Difficultés du français

- André Jouette, *Dictionnaire d'orthographe et expression écrite*, coll. « Les Usuels », éditions Le Robert, 2013.
- *Dictionnaire d'orthographe et de difficultés du français*, coll. « Les Usuels », éditions Le Robert, 2013.
- *La Conjugaison pour tous*, coll. « Bescherelle », Hatier, 2012.
- Maurice Grévisse, André Goosse, *Le Bon Usage*, 14^e édition, De Boeck, 2007.

Sites Internet utiles

- Dictionnaire Larousse en ligne : www.larousse.fr
- Conjugueur Bescherelle : www.bescherelle.com/conjugueur.php
- Dictionnaire électronique des synonymes (université de Caen) : <https://crisco2.unicaen.fr/des/>
- Banque de dépannage linguistique (attention aux spécificités québécoises) : www.oqlf.gouv.qc.ca/ressources/bdl.html
- [CNRTL \(proxémie\)](#)

Modalités de contrôle

Deux exercices notés, l'un de relecture d'épreuves à la maison, à mi-parcours (coeff. 1), l'autre de correction, sous forme de partiel (coeff. 2).

Relations presse

Valentine Lenglet

Objectifs – connaissances acquises et compétences visées

Comprendre le rôle des relations presse / organisation d'une agence de presse
Comprendre l'organisation des médias et des rédactions
Savoir rédiger un communiqué de presse / un dossier de presse
Construire une communication adaptée vers les journalistes / développer les bases de la réflexion stratégique
Découvrir les relations presse dans l'édition
Comprendre l'évolution du métier d'attaché(e) de presse et découvrir celui de chargé(e) de communication

Plan du cours

Cours 1 :

- Définition du métier
- Introduction aux médias et au métier de journaliste
- Les relations presse : pourquoi et sur quoi communiquer
- Les outils des relations presse : communiqué de presse / dossier de presse / conférences et voyages de presse /

Cours 2 :

- Les relations presse au quotidien
 - relations avec les journalistes
 - les relations presse en agence : recommandation stratégique vs chez l'annonceur

Les différences entre marketing et RP (savoir évaluer et valoriser un travail RP)

- Cas pratiques : travail sur le CP + recommandation stratégique

Cours 3 :

- Le métier d'attaché de presse dans l'édition
- Missions et particularités
- Cas pratique : un plan média adapté au livre + lancement original

Cours 4 :

- Evolution : d'attaché de presse à chargé de communication
- Etre de plus en plus créatif CP / DP
- Lancement BtoB et BtoC (exemple et cas pratique)
- Les réseaux sociaux et nouveaux prescripteurs (enjeux de demain)

Cours 5 : Evaluation en classe en groupe : réaliser une recommandation stratégique pour le lancement d'un livre (au choix) : présentation PowerPoint et à l'oral.

Bibliographie du cours

Marie-Laure Laville, *Les relations presse à l'heure du digital - Des influenceurs aux ambassadeurs*, Paris, Kawa, février 2017.

Jeanne Bordeau, *Le dossier et le communiqué de presse*, Paris : Eyrolles-Éd. d'Organisation, 2008.

Jeanne Bordeau, *La boîte à outil du chargé de communication*, Paris : Eyrolles-Éd. d'Organisation, 2011.

Elodie Cally, *Réussir ses relations presse Nouveaux médias, communiqué de presse, interviews, évaluation des retombées presse, 2ème édition*, Paris : Dunod, mars 2015 Etude (broché).

Modalités précises de contrôle

Contrôle terminal, oral.

Outils et gestion de projet

Projets tutorés (S1 et S2)

Les **ateliers** du S1 (responsable Angela Pinzone) préparent les étudiants à la gestion des projets tutorés. Programme :

- Présentation du déroulement des projets tutorés, de l'espace Workplace, qui servira d'outil de communication et de suivi des projets tutorés.
- Réalisation d'un cahier des charges.
- Établissement d'un rétroplanning.
- Réalisation d'un budget prévisionnel.
- Gestion du budget et demande de devis.
- Gestion de la relation avec les interlocuteurs professionnels ou universitaires.

Les **projets tutorés** sont des mises en situation professionnelle dans les domaines de la communication et de l'édition. Organisation :

- Responsables des projets tutorés : Dominique Dufour, Ylan de Raspide
- Superviseurs : Joanna Nowicki, Olivier Belin
- Chaque groupe travaille avec plusieurs tuteurs.

Déroulement :

- Les projets commencent en septembre 2020 et se terminent en mai 2021.
- Chaque groupe choisit un chef de projet parmi ses membres avant la fin de la 3^e séance.
- Un *cahier des charges* est à rédiger pour mi-décembre ensemble avec les tuteurs ; une version dactylographiée doit être déposée au secrétariat. Le travail effectif se réalisera dans les salles informatiques, dans la salle de cours, dans la salle de projets tutorés ou dans les salles informatiques en libre accès. Les tuteurs doivent être au courant de l'endroit où se trouve le groupe à tout moment. Tout déplacement à l'extérieur de l'université doit se faire avec l'accord préalable des tuteurs et des superviseurs.
- En présentiel, par e-mail ou sur Workplace, la qualité de la communication avec les tuteurs, responsables, superviseurs et clients est évaluée : rester courtois en toute circonstance et s'adapter aux interlocuteurs sont des points essentiels pour des échanges professionnels efficaces et de qualité.
- Les tuteurs suivent les groupes en présentiel et/ou à distance selon les besoins des étudiants et doivent être au courant de l'avancement du projet à tout moment. Les tuteurs sont en principe présents aux séances de projets tutorés, mais il ne faut pas hésiter à solliciter leur présence en cas de besoins spécifiques.
- L'imprimante de la salle E129 pourra être utilisée pour des essais d'impression, mais pas pour les produits finaux. Les studios multimédia seront utilisés sur réservation, selon les besoins des groupes. Pour toute demande de matériel s'adresser à Bernadette Pasquier (bernadette.pasquier@u-cergy.fr).
- Toute décision, dépense et produit final seront soumis aux superviseurs et aux tuteurs dans des délais raisonnables (prévoir plusieurs jours pour la validation). Pour chaque dépense qui se fera autrement que par le marché de l'université, demander 3 devis différents et justifier le choix final.
- Les projets du master IEC font l'objet d'une cession de droits à signer par chaque équipe.

Conseil : choisissez un projet que vous aurez peu de chances de réaliser en entreprise.

Calendrier :

À mi-parcours, en janvier, une présentation des avancées et des préconisations sera faite devant les tuteurs et les superviseurs. Des directions seront alors choisies pour la poursuite de chaque projet.

À la fin de l'année universitaire, l'attribution de la note finale se fera après réception et vérification des archives complètes de chaque projet. Il est demandé à chaque chef de projet de réunir les fichiers natifs de la production (assemblages InDesign, fichiers Illustrator, Photoshop, etc.), PDF imprimeur, vidéos, bilans et tout document utile pour la reprise du projet ou la vie du master.

Projets proposés (liste provisoire susceptible de modifications)

Préparation et valorisation du colloque « L'auteur en question » (juin 2021)

Édition des meilleurs mémoires 2020

Visite professionnelle d'une journée (Angoulême)

Organisation du stand du Master IEC au Salon du livre et à la JPO

Dictionnaire Roland Barthes

Chaque étudiant indiquera au secrétariat, par ordre de préférence, ses deux projets de prédilection avant le 21 septembre à 12h. Les groupes seront ensuite formés par l'équipe pédagogique. Nous tâcherons de prendre en compte les souhaits des étudiants mais veillerons surtout à ce que chaque groupe dispose en interne des compétences nécessaires à la bonne réalisation du projet. Les étudiants n'ayant pas exprimé leurs vœux jusqu'à cette date seront distribués dans les groupes par l'équipe enseignante.

Critères d'évaluation

S1 : note collective dans le cadre de l'UE Ateliers gestion de projets. Évaluation du cahier des charges (contenus, présentation, pertinence, clarté).

Lors de la soutenance de mi-parcours, le 14 janvier 2021, les étudiants présentent leur cahier des charges (version électronique envoyée auparavant aux tuteurs et à Mme Pinzone) et l'évolution du projet devant le jury.

S2 : note collective dans le cadre de l'UE Projets tutorés. L'évaluation porte sur la production concrète du projet (qualité, respect des objectifs établis dans le cahier des charges ou justification des écarts par rapport au cahier des charges). La soutenance permet de pondérer cette note globale en positif ou en négatif (1 ou 2 points).

Les soutenances des projets sont organisées fin mai 2021.

Chaque groupe devra présenter son projet devant le jury formé d'enseignants et de tuteurs professionnels, en insistant sur les points suivants : contexte, objectifs, moyens mis en œuvre, résultats, difficultés rencontrées et leur résolution. Des présentations PowerPoint sont souhaitables. Évitez un oral scolaire et essayez de faire une véritable présentation de professionnels qui soutiennent avec conviction leur projet devant les clients.

Chaque présentation durera 10 minutes et sera suivie de 10 minutes de discussion avec le jury.

Communications and Publishing (répartition par groupes de niveau) Tanguy Bérenger

Objectifs – connaissances acquises et compétences visées

Ce cours d'anglais propose d'étudier les problématiques du secteur de l'édition et de la communication au XXIème siècle, tout en faisant l'acquisition du vocabulaire anglais indispensable pour ce secteur et tout en perfectionnant les 5 compétences langagières (compréhension orale et écrite, production orale et écrite, interaction orale). On étudiera des programmes culturels, des événements internationaux, les débats actuels sur les nouveaux circuits, les enjeux du numérique, ainsi que la rédaction de documents et des mises en situation.

Bibliographie du cours

Il est fortement recommandé de consulter un dictionnaire bilingue, et une grammaire :

Dictionnaire Le Robert & Collins Français – Anglais / Anglais – Français (2010).

English Grammar in Use, Raymond Murphy. Third Edition with Answers. (Cambridge University Press, 2004).

Sites internet utiles :

<http://www.bbc.co.uk/worldservice/learningenglish/>

http://www.ets.org/fr/toEIC/listening_reading/test_preparation/sample_questions

Modalités précises de contrôle

Les étudiants inscrits seront évalués en **contrôle continu** pendant les cours d'anglais :

- **Note d'oral** (contrôle continu) = 40% de la moyenne.

- **Un devoir sur table de fin de semestre** (2 heures) = 60% de la moyenne

Communication multimédia (demi-groupes)

Dominique Dufour

Objectifs – connaissances acquises et compétences visées

Ce cours aborde les aspects éditoriaux, techniques et graphiques de la communication en ligne. Il s'agit de former des communicants capables d'adapter leur discours aux spécificités de ce média, d'être force de propositions pertinentes concernant la stratégie en ligne d'une marque ou d'une institution.

Compétences développées :

- - définir une stratégie web et sociale
- - apprendre à rédiger « multimédia »
- - pratiquer les outils de l'Internet et des réseaux sociaux

Plan du cours

- une stratégie sur les réseaux sociaux et internet
 - apprendre à produire des vidéos avec son smartphone
 - apprendre à réaliser des podcasts sonores
 - comprendre et pratiquer le picture marketing
 - réaliser un site Internet
 - développer sa connaissance d'outils webmarketing, comme la newsletter
- Cette année, le cours s'appuiera sur les ressources pédagogiques du CNEUF, installé dans les locaux de Gennevilliers, qui constituera également un cas pratique durant les cours.

Bibliographie du cours

- Les rubriques technologies des grands médias en ligne :
Le Monde.fr,...
Sites en anglais : Wired.com, Bits.blogs.nytimes.com, Mashable.com, Techcrunch.com
Pureplayers : Le blog du modérateur, Frenchweb, Maddyness...
- Elie Sloïm, Laurent Denis, Muriel de Dona, Fabrice Bonny, *Qualité Web - Les bonnes pratiques pour améliorer vos sites*, Paris, Editions Temesis, 2012, 392 p.
- Seth Godin, *Tribus*, Diateino, 2008, 200 p.

Modalités précises de contrôle

- Projets (en groupe, contrôle continu)

Retour d'expérience professionnelle

Tuteurs et Benjamine Letu-Montois

Pour valider la formation, les étudiants ont l'obligation d'effectuer un stage de quatre mois minimum à temps complet ou un apprentissage dans le domaine de la communication ou de l'édition. Le retour d'expérience professionnelle a pour finalité générale : - de faire le lien entre connaissances théoriques acquises pendant la formation et savoir-faire en situation professionnelle ; - de prendre du recul sur sa pratique professionnelle.

À mi-parcours de l'année, un atelier est consacré à la réflexion sur l'expérience en entreprise. Les échanges sont organisés sous forme d'exercices cadrés (questionnement, temps) en binôme, trinôme et grand groupe. L'objectif est de mutualiser les analyses, les difficultés, les réussites afin que chacun trouve des solutions adaptées ou d'autres manières de faire grâce à la dynamique du groupe.

À la fin de l'année universitaire, les étudiants présentent le bilan de leur expérience professionnelle devant l'équipe pédagogique du Master IEC.

Pour cette occasion ils rédigent un document d'analyse :

- de l'entreprise d'un point de vue stratégique et organisationnelle (voir *La Sociologie des organisations* de Philippe Bernoux, Seuil, 2008).
- de l'équipe dans laquelle ils évoluent et autres groupes auxquels ils sont confrontés (les règles implicites/explicites qui régissent l'équipe/groupe, son organisation, ses enjeux, son contexte...)
- individuelle, en questionnant leur pratique d'un point de vue objectif (mission, objectifs, compétences déployées, résultats) et subjectif (rôle/ place de l'apprenant, interaction/relation avec les différents acteurs, son ressenti, sa communication, son identité, ses changements...)

Le livrable, de huit à dix pages contiendra notamment les points suivants :

- **une situation vécue à problématiser**
- la présentation de l'entreprise (description globale, produits, données générales)
- l'analyse de son positionnement sur le marché ; les enjeux de la structure
- les enjeux du poste dans la structure ; les règles formelles ; les règles informelles ;

Le rapport sera envoyé par mail aux tuteurs et à la conseillère professionnelle avant le 29 mai à 16h et soutenu devant les enseignants et l'ensemble de la promotion. La présentation orale aura lieu au mois de juin. Chaque étudiant disposera de 5 minutes de présentation et 5 minutes de discussion. La présentation se fera de manière originale. À l'oral, les étudiants exposeront leur problématique, leur réflexion argumentée devra comporter la mention d'une ou plusieurs situations professionnelles.

Critères d'évaluation

- Esprit d'analyse et de synthèse du rapport de stage
- Clarté et précision de la présentation orale
- Qualité du « support » oral
- Contenu/fond de la présentation orale
- Recul personnel

Programme des cours du second semestre

Unité d'enseignement	Enseignant	CM/ TD	Heures	Coef.	Crédits	Page
UE1 Édition numérique	Hervé Bienvault	CM	18	3	3	32
UE2 Prospection et créativité éditoriale	Ylan de Raspide	CM	15	3	3	33
UE3 Écriture et médias	Laëtitia Brancovan	CM	18	2	3	34
UE4 Rhétorique de l'image	Béatrice Turpin et Mona de Sa	CM	15	2	3	35
UE5 Culture de l'information sur le web	Axel Boursier	CM	15	2	3	36
UE6 PAO et fabrication	Nicolas Gihl et Mona de Sa	TD	27	3	3	37
UE7 Language and Society in the English-Speaking World	Tanguy Bérenger	CM	21	3	3	39
UE8 Projets tutorés : édition, communication	Y. de Raspide & D. Dufour + tuteurs	TD	40	3	3	26
UE9 Retour d'expérience stagiaires et apprentis	Tuteurs et Benjamine Letu-Montois	TD	15	2	2	30
UE10 Séminaire de recherche au choix : 1. Épistémologie du discours ou 2. Littérature et édition	1. A. Boursier, J. Nowicki et L. Radut-Gaghi 2. Cl. Coste	CM	20	2	2	40
UE11 Projet de recherche	O. Belin et L. Brancovan	TD	10	1	2	38

Édition numérique Hervé Bienvault

Objectifs – connaissances acquises et compétences visées

Les univers de l'édition et de la librairie doivent faire face aujourd'hui aux mutations technologiques de l'ère numérique. Ce cours a pour objectif d'aller au-delà de la description technique et de comprendre les fondements de la culture et de la lecture numérique, la nouvelle architecture de l'édition numérique, les bouleversements économiques en cours.

Plan du cours

L'ère Gutenberg face au numérique
Nouveaux paradigmes de la lecture numérique (cognitifs, culturels, sociaux)
Les droits numériques
L'édition numérique
Les fichiers numériques et la technologie
La diffusion du livre numérique
L'ubérisation du secteur
Application : production d'un livre numérique

Bibliographie du cours

Benoît Sillard, *Maîtres ou esclaves du numérique ? 2049 : Internet, notre second cerveau*, Paris, Eyrolles, 2011.
Michel Serres, *Petite Poucette*, L'Olivier, 2012.
François Bon, *Après le livre*, Le Tiers Livre, 2011, actualisé en 2014.
Christian Vandendorpe, *Du papyrus à l'hypertexte*, La Découverte, 1999.
Alberto Manguel, *Une histoire de la lecture*, Actes Sud, 1999.

Modalités précises de contrôle

Travail de groupe terminal sur la production et la diffusion d'un livre numérique.

Prospection et créativité éditoriale - Secteur Pratique

Ylan de Raspide

Objectifs – connaissances acquises et compétences visées

Comment trouver une idée de livre ?

Comment faire vivre son catalogue ?

Comment défendre un projet en comité de direction ?

Toutes ces questions ont à voir avec la problématique de la prospection. Dans le secteur du livre pratique, disposer d'une méthodologie prospective est une compétence professionnelle extrêmement importante.

L'objectif de ce cours est donc de sensibiliser les futurs professionnels du livre à la problématique de la prospection et de proposer une méthodologie pour l'appréhender de façon constructive et décomplexée.

- Professionnel de l'édition, j'ai la volonté de construire un cours pratique, pragmatique, et fortement **ancré dans l'actualité**, dans la "réalité des choses" de ce métier.
- Un deuxième objectif est de donner aux étudiants quelques **bases d'une culture générale de l'édition**.
- Enfin de nombreux **ateliers pratiques**, des exercices à faire en groupe permettront de **mettre en pratique** et d'**expérimenter** les notions abordées.

Plan du cours

Éditer aujourd'hui : Panorama éditorial et secteur pratique

Prospection endogène et exogène.

Traduction ou création ?

Ouvrages de fonds, d'actualité ou de coup : la prise de risque éditoriale

Questions/Réponses et Devoir sur table

Bibliographie du cours

André Schiffrin, *L'édition sans éditeurs*, La Fabrique, 1999

Marc Combié, sous la direction de, *Encyclopédie de la chose imprimée*, Retz, 1999

Pierre Assouline, *Gaston Gallimard. Un demi-siècle d'édition*, Pierre Assouline, Folio 2006

Modalités précises de contrôle

Contrôle terminal. Devoir individuel sur table

Écriture et médias

Laetitia Brancovan

Objectifs – connaissances acquises et compétences visées

Ce cours a pour objectif la maîtrise des techniques d'écriture journalistique appliquée aux supports de communication papier et web : l'aptitude à concevoir et à écrire un reportage.

Ce cours a un par ailleurs une dimension « perfectionnement de l'écriture ». A partir des pratiques rédactionnelles auxquelles vous êtes confrontés en entreprise, des exercices brefs, mais réguliers, vous sont proposés pour vous permettre de rendre votre rédaction la plus performante possible : organisation des idées, clarté, style percutant.

Plan du cours

- Rappel des caractéristiques de l'écriture journalistique et de ses enjeux dans les supports de communication
- L'habillage d'un texte journalistique
- L'angle d'un sujet
- Les genres journalistiques (brève, filet, compte-rendu, reportage, interview, enquête, portrait, commentaires...)
- Focus sur le reportage et réalisation d'un article de ce type (anglé et habillé)
- Travail de réécriture et d'enrichissement du texte
- Présentation par chacun de son reportage devant l'ensemble de la classe

Bibliographie du cours

Y. Agnès, *Manuel de Journalisme*, La Découverte, coll. Grands repères, 2002 pour la première édition.

Manuel de la rédaction. *Les techniques journalistiques de base*, CFPJ, 2007.

J.L. Martin-Lagardette, *Le guide de l'écriture journalistique*, La Découverte, 2003, rééditions mises à jour depuis.

Pascal Perrat, *Libérer son écriture et enrichir son style*, Victoires Editions, 2016

Modalités précises de contrôle

Seuls ou en binômes, les étudiants réalisent un reportage sur un sujet au choix. En collaboration avec le cours de PAO, ce travail fera l'objet d'une mise en pages avec des enrichissements multimédias. Il sera publié sur le site et blog du master. *Angle, écriture, habillage du texte. 70% de la note.*

Un second travail de recherche d'un sujet et d'un angle à propos des projets tutorés M1 ou M2 (un projet par groupe, organisation à décider avec l'enseignant). *30% de la note*

Rhétorique de l'image

Béatrice Turpin et Mona de Sa

Objectifs – connaissances acquises et compétences visées

Percevoir pleinement les pouvoirs de l'image et être capable d'en analyser le sens.
Intégrer ces compétences dans la réflexion sur la fonction de l'image dans le champ éditorial.
Analyser et mettre en pratique des codes graphiques contemporains.

Plan du cours

Du texte inaugural de Barthes sur la rhétorique de l'image à une sémiotique éditoriale.
Nous nous poserons la question de savoir comment l'image apparaît dans la communication éditoriale, sous quelle forme, liée au texte, indissociable de lui, dans l'image de la lettre, sa mise en scène dans le discours ou bien « à côté », l'illustrant dans un procès qui ne saurait se réduire à une transposition sémiotique.

- *Introduction : Le discours de l'image.*

Qu'est-ce qu'une image ? Types et genres. Images et réel ; images et représentation. L'image et son commentaire. Rhétorique et argumentation.

- *La rhétorique de l'image.*

La rhétorique de l'image selon Barthes. Rhétorique et sémiologie. Fonctions de l'image et fonctions du texte par rapport à l'image.

- *Image et édition.* Image et paratexte éditorial (de la 1^{re} de couverture au site web).

Les pouvoirs de l'image. Ethos, Logos et Pathos. Image et marketing.

Bibliographie du cours

- Barthes Roland, « Rhétorique de l'image » in *L'obvie et l'obtus, Essais critiques III*, éd. « Points » Seuil, 1992.
- Genette Gérard, *Seuils*, éd. « Points » Seuil, Paris, 1987.
- Joly Martine, *Introduction à l'analyse de l'image*, A. Colin, Paris, 2009.
- Lane Philippe, *La périphérie du texte*, Nathan, Paris, 1992.
- Matthews Nicole, *Judging a book by its cover: fans, publishers, designers, and the marketing of fiction*, Ashgate Pub., 2007.
- Turpin Béatrice, « Traduction et éditorialisation des récits sur la banlieue : paratexte iconique et transfert culturel » in *TTR : Traduction, Terminologie, Rédaction*, vol. 31/1, Montréal, 2018, p. 23-46.

Modalités précises de contrôle

Contrôle terminal individuel.

- Rédaction d'un article de presse analysant des visuels en les mettant en rapport avec une stratégie éditoriale (le thème sera précisé par chaque étudiant à partir de son contexte de travail)
- Création graphique en rapport avec le thème de l'article.

Culture de l'information sur le web

Axel Boursier

Objectifs – connaissances acquises et compétences visées

Le but de ce séminaire est de fournir les contenus théoriques de base aux étudiants étant appelés à travailler au sein du numérique. De ce fait le cours est orienté sur l'étude des thématiques et points de conflits actuels du numérique. S'il part d'une étude des imaginaires libertaires du web, il parcourt également les nouvelles logiques de contestation du numérique perçu comme un lieu de réduction du pouvoir démocratique. Il interroge les renouveaux du politique, les heurts informationnels à l'âge où tout le monde se pense journaliste et questionne les discours de haine numérique. Ce cours est perçu comme un lieu de discussion sur les enjeux contemporains d'une culture en train de se faire. Ce cours est évalué grâce à la rédaction d'un article sur une des problématiques du web

Plan du cours

1. Les imaginaires du web
2. Algorithmes et organisation de l'information sur le web
3. La politique et les politiques du web
4. Internet : le sacre de l'amateur ?
5. Les discours de haine numérique

Bibliographie du cours

- ALLOING, Camille. *La E-réputation. Médiation, calcul, émotion: médiation, calcul, émotion*. Cnrs, 2016.
- CARDON, Dominique, *La Culture numérique*, Presse de Science Po, Paris, 2019
- CARDON, Dominique, *La démocratie Internet*, Le Seuil, 2010.
- CASILLI, Antonio A. *Les Liaisons numériques. Vers une nouvelle sociabilité?: Vers une nouvelle sociabilité?*. Le Seuil, 2010.
- FLICHY, Patrice. *L'imaginaire d'Internet*. La découverte, 2012.
- HARCOURT, Bernard, *La société d'exposition*, Seuil, Paris, 2020
- MOROVOZ, *Pour tout résoudre, cliquez ici : l'aberration du solutionnisme technologique*. Fup editions, Limoges, 2014.
- O'NEIL, Cathy. *Algorithmes: la bombe à retardement*. Les Arènes, 2018.

Modalités précises de contrôle

Ce cours est évalué grâce à la rédaction d'un article sur une des problématiques du web.

PAO, graphisme et créativité (demi-groupes) Nicolas Gihl et Mona de Sa

Objectifs – connaissances acquises et compétences visées

Le double objectif de ce cours est :

- de développer le sens créatif notamment par la création d'une identité visuelle (charte graphique),
- d'acquérir les compétences techniques relatives à la création d'un fichier imprimable et les notions de base de fabrication du produit imprimé, au travers d'ateliers créatifs au service des projets de communication et édition.

Compétences développées :

- analyser logos, chartes graphiques, supports de communication,
- créer des éléments et produits graphiques sous Indesign, Photoshop et Illustrator ; en début de semestre : atelier créatif autour de l'identité visuelle (BrainGym, brainstorming et création, mindmapping, *en petits groupes*)
- analyser et paramétrer techniquement le produit graphique : formats de fichier, résolutions, espaces colorimétriques...
- comprendre un cahier des charges imprimeur.

Plan du cours

Dans le cadre d'une pédagogie innovante et réactive, le plan de cours s'adaptera aux demandes et projets en édition et communication qui pourront se présenter à partir de la rentrée. Les travaux demandés s'effectueront en groupe, et associeront les notions de créativité et d'imprimabilité. On retrouvera pour les deux années du Master l'organisation suivante :

- Exercices pratiques pour stimuler la créativité
- Etude de l'identité visuelle (typographie, logos, chartes graphiques et divers supports de communication/ édition).
- Cours théoriques (technologie du fichier imprimé) et pratiques sur logiciels de PAO (InDesign, Photoshop et Illustrator).
- Mise en pratique : réflexions, études et réalisations sur poste informatique.

Bibliographie du cours

- Healey (Matthew), *Logos et identités visuelles, principes fondamentaux et études de cas*, Paris, Dunod, 2011, 240 p.
- Ambrose / Harris, *Typographie*, Paris, Pyramyd, 2008, 175 p.
- Friedl (Friedrich) *Quand, qui, comment, Typographie*, Konemann, 1998.
- Koren (Leonard) et Meckler (R. Wippo) *Graphic design, CookBook*, Chronicle books, 1989.
- Poulin (Richard), *Les fondamentaux du design graphique*, Dunod, 2012.
- Bann (David) - *Guide pratique de l'impression, du prépresse à l'imprimé*, éd. Pyramyd, 2007, 226 p.
- Johansson (Kaj), Lundberg (Peter) & Ryberg (Robert) - *La chaîne graphique : Prépresse, impression, finition*, éd. Eyrolles, 2015, 452 p.
- Collectif (Auteur) - *Lexique des règles typographiques en usage à l'Imprimerie nationale*, éd. Imprimerie nationale, 2002, 196 pages.

- Prévot (Pascal), Izoulet (Kathleen) - *De la prépa de copie à la mise en page*, éd. Eyrolles, 2006, 62 p.
- Prévot (Pascal), Rocher (Fabien) - *Techniques d'impression*, éd. Eyrolles, 2006, 94 pages.
- Pieters (Jacqueline) - *Fabrication du document imprimé: Chiffrer - Commander - Acheter - Contrôler*, éd. Eyrolles, 2006, 292 p.

Modalités précises de contrôle

Contrôle continu sur la réalisation de projets dans l'année.

Modalités précises de contrôle

Contrôle continu sur la réalisation de projets dans l'année.

Language and Society in the English-Speaking World

(répartition par groupes de niveau)

Tanguy Bérenger

Objectifs – connaissances acquises et compétences visées

À travers l'étude de documents extraits des médias anglophones (presse écrite, radio, télévision, blogs, podcasts...), les étudiants seront amenés à approfondir leur maîtrise de la langue anglaise tant à l'écrit qu'à l'oral. Ce cours permettra aux étudiants d'appréhender les spécificités culturelles du monde anglophone et ses industries.

Plan du cours

Modules : cultures du monde anglophone

Entraînement aux compétences de compréhension écrite et orale à partir de supports audio/vidéo et écrits tirés de l'actualité éditoriale, littéraire, artistique, politique, économique.

Bibliographie du cours

Il est fortement recommandé de consulter un dictionnaire bilingue, et une grammaire :

Dictionnaire Le Robert & Collins Français – Anglais / Anglais – Français (2010).

English Grammar in Use, Raymond Murphy. Third Edition with Answers. (Cambridge University Press, 2004).

Sites internet utiles :

<http://www.bbc.co.uk/worldservice/learningenglish/>

http://www.ets.org/fr/toEIC/listening_reading/test_preparation/sample_questions

Modalités précises de contrôle

Les étudiants inscrits seront évalués en **contrôle continu** pendant les cours d'anglais :

- **Note d'oral** (contrôle continu) = 40% de la moyenne.

- **Un devoir sur table de fin de semestre** (2 heures) = 60% de la moyenne

Objectifs – connaissances acquises et compétences visées

Le séminaire de recherche a pour objectif d'initier les étudiants du master professionnel IEC à des domaines d'expertise différents des leurs, à leur aiguiser l'esprit d'analyse et de synthèse, à enrichir leur culture générale.

Le choix du séminaire doit être validé par l'équipe de direction du master. Deux séminaires sont proposés ci-dessous. Néanmoins, chaque étudiant peut suivre un séminaire dans un autre domaine universitaire et de recherche. Il est également possible de valider un séminaire de recherche à l'étranger (la recherche de celui-ci sera à la charge de l'étudiant).

L'UE Séminaire de recherche sera validée au second semestre. Les étudiants pourront choisir des séminaires dont les séances se déroulent (aussi) au premier semestre.

1. Épistémologie du discours- Axel Boursier, Joanna Nowicki et Luciana Radut-Gaghi

Objectifs

A l'ère où l'humanité produit plus de discours que jamais, nous souhaitons revenir sur la notion même de discours et l'analyser par le prisme de ses emplois dans les sciences humaines et sociales. Nous considérons l'épistémologie dans le sens de théorie de la connaissance et tenterons de l'appliquer à cet objet large et interprétable qui est le discours. Face à la spécialisation des disciplines et à l'extrême diversification des discours, il nous semble important que l'Université revienne sur les textes fondateurs et sur les concepts centraux afin de faciliter leur compréhension et usage, aussi bien dans la recherche fondamentale que dans ses applications contemporaines.

Sujets abordés

Analogie et comparatisme
Analyses du discours
Les corpus
L'identité narrative
Le récit littéraire et médiatique

Bibliographie

Norman Fairclough, *Language and Power*, Londres, Longman, 1989.
Michel Foucault, *L'ordre du discours*, Gallimard, 1971.
Edgar Morin, Jean Louis Lemoine, *L'intelligence de la Complexité*, L'Harmattan, 1999.
Jean Louis Lemoigne, *Les épistémologies constructivistes*, PUF, 1995.
Edgar Morin, *Introduction à la pensée complexe*, Seuil, 2005.
André Reszler, *Le pluralisme*, La table ronde, 2001.
Armand Mattelard, Eric Neveu, *Introduction aux Cultural Studies*, La Découverte, 2003.
Paul Ricoeur, *La métaphore vive*, Seuil, 1975.
Douglas Hofstadter, Emmanuel Sander, *L'analogie, Cœur de la pensée*, Odile Jacob, 2013.

Evaluation

Exposé oral et sa version écrite d'une analyse de discours d'un texte choisi par l'étudiant (journalisme, littérature, etc.).

2. Littérature et édition – Claude Coste

Objectifs

Qu'est-ce qu'interpréter un texte ? Comment le sens s'élabore-t-il ? La réponse concerne à la fois l'auteur, le lecteur, sans oublier cette figure intermédiaire et indispensable que représente l'éditeur, défini à la fois comme *editor* et comme *publisher*.

Dans quelle mesure le travail d'édition concourt-il à la construction du sens ?

Le séminaire se propose de répondre (partiellement au moins !) à cette vaste question en envisageant différentes pratiques éditoriales, du XIXe siècle à nos jours, de Gustave Lanson à la critique génétique.

L'analyse de ces pratiques amènera à réfléchir aux diverses manières d'aborder la lecture d'un texte, qu'il s'agisse de l'herméneutique, du positivisme, de la déconstruction derridienne, de l'actualisation ou des théories de la réception...

Plan du cours

Après deux séances d'introduction générale sur les différentes formes de lecture, chaque séance du séminaire envisagera un exemple d'édition de texte, choisi en fonction de son exemplarité, de l'actualité ou des centres d'intérêt des étudiants.

Bibliographie

Barthes, Roland, *Critique et vérité*, Le Seuil, 1966

Bayard, Pierre, *Comment parler des livres qu'on n'a pas lus ?*, Minuit, 2007

Biasi, Pierre-Marc de, *Génétique des textes*, CNRS éditions, 2011

Citton, Yves, *Lire, interpréter, actualiser, Pour quoi les études littéraires ?*, Amsterdam, 2007

Coste, Claude, *Barthes, textes choisis et présentés par*, Le Seuil, 2010

Derrida, Jacques, *L'Écriture et la différence*, Paris, Le Seuil, 1967

Ferrer, Daniel, *Logiques du brouillon, Modèles pour une écriture génétique*, Le Seuil, 2011

Évaluation

Un compte rendu écrit sur un travail d'édition.

Projet de recherche – Olivier Belin et Laëtitia Brancovan

Objectifs

Ce séminaire a pour but la définition d'un projet de recherche qui servira de base au mémoire que les étudiants rédigeront en M2. Ce projet de recherche consistera à définir un sujet, à choisir une problématique, à délimiter un corpus, à construire un plan et à établir une bibliographie.

Tous ces points seront abordés au fil des séances, qui prendront la forme d'ateliers en demi-groupe, pour un suivi plus personnalisé de chaque projet.

Plan du cours

5 séances de 2h en demi-groupe :

1. Définir un sujet
2. Établir une bibliographie
3. Construire une problématique
4. Trouver un corpus
5. Construire un plan

Chaque séance devra être préparée en amont pour aider efficacement l'élaboration de chaque point du projet.

Bibliographie

- Fondanèche Daniel, *Rédiger un mémoire professionnel, de master ou une thèse*, Vuibert, 2009
- N'da Pierre, *Méthodologie et guide pratique du mémoire de recherche et de la thèse de doctorat*, L'Harmattan, 2009

Évaluation

Remise d'un projet de recherche d'une dizaine de pages comprenant :

- une note d'intention présentant le sujet, la problématique, le corpus, les objectifs et la méthode envisagée ;
- une proposition de plan ;
- une bibliographie commentée.

Département de Lettres modernes
UFR Lettres et sciences humaines
CY Cergy Paris Université
Site de Gennevilliers

www.masteriec.fr

Le Master Ingénierie éditoriale et communication (IEC) donne aux étudiants une double compétence en édition et en communication. Cet enseignement pluridisciplinaire les forme aux problématiques professionnelles actuelles et leur permet d'acquérir des bases conceptuelles solides dans ces domaines en constante mutation.

L'enseignement du Master IEC est marqué par une vision internationale des mondes de l'édition et de la communication et a comme objectif l'acquisition de la plus large autonomie possible dans l'exercice des métiers concernés. Chaque année, des professionnels de haut niveau viennent compléter par des conférences-débat les cours dispensés au sein du master. Un séjour d'étude à l'étranger fait partie du cursus. Il est préparé dans le cadre d'un projet tutoré par des étudiants en M2.

Les étudiants de Master 2 rédigent un mémoire de recherche destiné à affiner leur réflexion et les préparer à la prise de responsabilité dans le secteur professionnel auquel ils se destinent. Il peut également se poursuivre avec une thèse de doctorat en lettres ou en communication qui est de plus en plus appréciée par le monde professionnel en France et à l'étranger.