

Mastère Hybride

Journalisme Radio



tech université
technologique

Mastère Hybride Journalisme Radio

Modalité: Hybride (en ligne + Stage Pratique)

Durée: 12 mois

Diplôme: TECH Université Technologique

Heures de cours: 1.620 h.

Accès au site web: www.techtitute.com/fr/journalisme-et-communication/mastere-hybride/mastere-hybride-journalisme-radio

Sommaire

01

Présentation

Page 4

02

Pourquoi suivre ce Mastère Hybride?

Page 8

03

Objectifs

Page 12

04

Compétences

Page 18

05

Direction de la formation

Page 22

06

Plan d'étude

Page 26

07

Stage Pratique

Page 40

08

Où puis-je effectuer mon Stage Pratique?

Page 46

09

Méthodologie

Page 50

10

Diplôme

Page 58

01

Présentation

La Radio, en tant que média ne nécessitant pas d'attention visuelle, permet au public de consommer des informations tout en menant d'autres activités, ce qui accroît sa polyvalence et sa commodité. En outre, sa capacité à transmettre des informations en temps réel lui confère une immédiateté inégalée, permettant aux gens d'être informés au fur et à mesure de l'évolution des événements. En fait, cette forme de Journalisme a une portée massive, atteignant des zones reculées où d'autres médias pourraient rencontrer des difficultés. C'est pourquoi TECH a mis au point ce programme qui combine la théorie, 100% en ligne, avec un stage pratique de 3 semaines, afin que les diplômés aient l'occasion de développer leurs compétences aux côtés des meilleurs experts.





“

Découvrez le Journalisme Radio en tant qu'outil utile pour la diffusion d'informations et la construction de récits profonds et captivants, en mettant l'accent sur le pouvoir de la voix et du son pour générer des émotions”

L'approche sonore et narrative du Journalisme Radio permet au public d'écouter et de recevoir des informations à tout moment et en tout lieu. De plus, cette nature sonore renforce la capacité à raconter des histoires de manière vivante et immersive, permettant aux journalistes d'utiliser le ton, l'intonation et les effets sonores pour ajouter de la profondeur et de l'émotion aux nouvelles. Elle encourage également l'imagination de l'auditeur, lui permettant de visualiser les événements grâce à une description détaillée.

Dans ce contexte, TECH a développé ce Mastère Hybride en Journalisme Radio, qui aborde les principes éthiques et théoriques qui guident la pratique journalistique, à travers la narration audiovisuelle, qui vous permet de comprendre comment structurer et présenter des histoires de manière efficace par le biais du média sonore. La documentation des actualités sera également essentielle pour que le diplômé acquière des compétences en matière de recherche, de compilation et de vérification rigoureuse de l'information.

Il analysera également la manière dont la publicité est insérée dans ce type de média, en donnant un aperçu de la manière dont ces messages sont imbriqués dans le récit radiophonique. En outre, il étudiera en profondeur les techniques de la voix off et l'utilisation des équipements techniques pour la production de contenus informatifs, couvrant des genres tels que le journalisme sportif et culturel. Enfin, le journaliste sera immergé dans la gestion de l'entreprise de presse et l'analyse de l'opinion publique afin de comprendre comment le public perçoit l'information.

En outre, une vision globale de la profession sera donnée grâce à la participation d'un Directeur International Invité. Cet expert a une longue carrière dans la radio et donnera 10 *Masterclasses* sur les techniques les plus innovantes.

TECH introduit un programme révolutionnaire avec une approche éducative exclusive. Ce Mastère Hybride se déroule en deux phases. La première phase se concentrera sur la théorie et sera enseignée par le biais d'une plateforme 100% en ligne. La deuxième phase, quant à elle, amènera le professionnel à effectuer une expérience pratique intensive de trois semaines dans une station de radio prestigieuse.

Ce **Mastère Hybride en Journalisme Radio** contient le programme le plus complet et le plus actualisé du marché. Ses caractéristiques sont les suivantes:

- ♦ Développement de plus de 100 études de cas présentées par des professionnels du journalisme, des experts de la radio et des professeurs d'université ayant une grande expérience dans ce domaine
- ♦ Les contenus graphiques, schématiques et éminemment pratiques avec lesquels elles sont conçues fournissent des informations essentielles sur les outils et les techniques indispensables à la pratique professionnelle
- ♦ Présentation d'ateliers pratiques sur les techniques et les outils les plus couramment utilisés dans le Journalisme Radio
- ♦ Système d'apprentissage interactif basé sur des algorithmes permettant de prendre des décisions sur les situations présentées
- ♦ Guides pratiques sur la communication journalistique par la radio
- ♦ Tout cela sera complété par des cours théoriques, des questions à l'expert, des forums de discussion sur des sujets controversés et un travail de réflexion individuel
- ♦ Disponibilité des contenus à partir de tout appareil fixe ou portable doté d'une connexion internet
- ♦ En outre, vous pourrez effectuer un stage dans l'une des meilleures entreprises du secteur



Ne manquez pas l'occasion d'apprendre auprès de professionnels de renommée mondiale grâce à ce programme qui met en vedette un Directeur Invité International et un expert de la Radio"

“

Vous suivrez un stage intensif de 3 semaines dans une station de radio prestigieuse et acquerez les connaissances nécessaires pour vous développer personnellement et professionnellement”

Dans cette proposition de Mastère, de nature professionnalisante et de modalité d'apprentissage hybride, le programme est destiné à mettre à jour les professionnels du journalisme qui exercent leurs fonctions dans le milieu radiophonique et qui ont besoin d'un haut niveau de qualification. Le contenu est orienté de manière didactique afin d'intégrer les connaissances théoriques dans la pratique journalistique, et les éléments théoriques-pratiques faciliteront la mise à jour des connaissances.

Grâce à son contenu multimédia développé avec les dernières technologies éducatives les spécialistes de la conception bénéficieront d'un apprentissage situé et contextuel. Ainsi, ils se formeront dans un environnement simulé qui leur permettra d'apprendre en immersion et de s'entraîner dans des situations réelles. La conception de ce programme est axée sur l'Apprentissage par les Problèmes, grâce auquel les étudiants devront essayer de résoudre les différentes situations de pratique professionnelle qui se présentent tout au long du programme. Pour ce faire, l'étudiant sera assisté d'un innovant système de vidéos interactives, créé par des experts reconnus.

Vous apprendrez l'importance de la création d'images mentales et l'utilisation d'éléments sonores pour générer un impact dans le média radiophonique.

Vous acquerez de nouvelles connaissances et perfectionnerez vos compétences grâce au Mastère Hybride en Journalisme Radio, d'une manière pratique et adaptée à vos besoins.



02

Pourquoi suivre ce Mastère Hybride?

Dans de nombreux domaines de travail et de connaissance, la théorie ne suffit pas pour parvenir à un développement ou à un progrès réel. Dans le cas du Journalisme Radio, il permettra au diplômé d'analyser les complexités de la théorie et de la pratique de la radio, de la narration audiovisuelle aux différents genres journalistiques, tels que le journalisme sportif et culturel. C'est pourquoi TECH a créé un diplôme pionnier, qui offre la flexibilité nécessaire pour concilier travail et engagements personnels, avec un corps professoral composé d'experts dans le domaine du journalisme radiophonique.



“

Ce Mastère Hybride vous apportera non seulement les connaissances théoriques fondamentales, mais aussi les compétences pratiques dont vous avez besoin pour exceller dans le journalisme radiophonique”

1. Actualisation des technologies les plus récentes

L'évolution technologique dans le domaine du Journalisme Radio joue un rôle fondamental dans la création d'un contenu dynamique et pertinent. Les dernières technologies disponibles permettent non seulement une production plus agile et plus sophistiquée, mais aussi la capture d'informations en temps réel, l'amélioration de la qualité du son et de la diffusion, ainsi que l'expansion des plateformes pour atteindre un public plus large. Cette innovation technologique a transformé la manière dont l'information est présentée, enrichissant l'expérience des auditeurs et offrant un journalisme audiovisuel plus immersif et plus actuel.

2. Exploiter l'expertise des meilleurs spécialistes

L'importante équipe de professionnels qui accompagnera le spécialiste tout au long de la période pratique est une prestation de premier ordre et une garantie de mise à jour sans précédent. Avec un tuteur spécifiquement désigné, l'étudiant pourra travailler dans un véritable média radiophonique, dans un environnement de pointe, ce qui lui permettra d'intégrer dans sa pratique quotidienne les techniques et les outils les plus innovants du Journalisme Radio.

3. Accéder à des environnements professionnels de premier ordre

TECH sélectionne soigneusement tous les centres disponibles pour la Formation Pratique. Grâce à cela, le spécialiste aura un accès garanti à un média radiophonique prestigieux pour développer sa pratique journalistique. Il pourra ainsi expérimenter le travail quotidien dans un domaine exigeant, rigoureux et exhaustif, en appliquant toujours les techniques et les outils les plus récents dans sa méthodologie de travail.





4. Combiner les meilleures théories avec les pratiques les plus modernes

Le marché de l'enseignement académique est miné par des programmes éducatifs mal adaptés au travail quotidien des journalistes et qui nécessitent de longues heures d'enseignement, souvent incompatibles avec la vie personnelle et professionnelle. TECH propose un nouveau modèle d'apprentissage, 100% pratique, qui permet de prendre la direction de projets innovants dans le domaine du Journalisme Radio et, mieux encore, de le mettre en pratique professionnelle en seulement 3 semaines.

5. Ouvrir la porte à de nouvelles opportunités

L'expansion des plateformes en ligne, des podcasts et des applications mobiles a démocratisé la production de contenu radiophonique, permettant aux journalistes d'atteindre des audiences mondiales avec une relative facilité. Ces nouvelles opportunités ont non seulement élargi la portée du journalisme radiophonique, mais ont également encouragé l'expérimentation de formats innovants, la création de contenus sur mesure et la connexion directe avec des publics spécifiques. En outre, l'interactivité et la possibilité d'explorer des sujets plus spécialisés ont créé un terrain fertile pour le développement de récits uniques.

“

*Vous serez en immersion totale
dans le centre de votre choix”*

03

Objectifs

Ce programme est conçu pour affiner les compétences narratives des journalistes, perfectionner leur technique radiophonique et leur fournir une compréhension globale de la théorie et de la pratique journalistiques. Ainsi, les objectifs de ce diplôme académique seront de former des professionnels polyvalents et compétents, capables d'aborder tous les sujets, de l'information la plus actuelle aux histoires les plus percutantes, guidés par des principes éthiques et la maîtrise des nouvelles technologies.





“

Vous excellerez dans la création de contenus radiophoniques, en vous dotant des outils essentiels pour captiver le public et devenir un leader dans la diffusion de l'information”



Objectif général

- L'objectif global du Mastère Hybride en Journalisme Radio est de propulser les carrières des diplômés vers de nouveaux sommets en les dotant des compétences et de l'expertise nécessaires pour exceller dans le monde du journalisme radiophonique. Tout au long du programme, les journalistes nourriront leur créativité, perfectionneront leurs compétences techniques et élargiront leurs connaissances théoriques. En fait, ce programme ne formera pas seulement les professionnels à la production de contenus radiophoniques de qualité, mais aussi à l'adaptation aux dernières tendances et technologies qui définissent l'industrie

“

Ce programme vous donnera un sentiment de confiance dans votre pratique journalistique, ce qui vous aidera à vous développer personnellement et professionnellement”





Objectifs spécifiques

Module 1. Théorie du Journalisme

- ♦ Maîtriser la tradition journalistique de ses origines à nos jours, en mettant l'accent sur les principaux médias, aux journalistes et aux grands reportages
- ♦ Analyser les types de journaux qui existent et leur contenu
- ♦ Connaître les principaux outils journalistiques et leurs critères de sélection
- ♦ Connaître et analyser les éléments du journal

Module 2. Récit audiovisuel

- ♦ Comprendre l'importance de la narration audiovisuelle dans la sphère communicative actuelle
- ♦ Maîtriser les directives de base qui régissent la communication audiovisuelle pour l'élaboration des différents genres radiophoniques
- ♦ Connaître les particularités du discours audiovisuel
- ♦ Connaître les concepts fondamentaux de la narration visuelle

Module 3. Documentation informative

- ♦ Identifier les profils professionnels des scénaristes, ainsi que les principales compétences requises de leur part dans leur pratique professionnelle
- ♦ La localisation, la recherche et l'utilisation de l'information, ainsi qu'un aperçu de la situation actuelle de la documentation sous ses différentes facettes
- ♦ Documenter les processus d'actualité et manier les nouvelles technologies liées au traitement des documents
- ♦ Donner une vision pratique du travail effectué par un documentaliste dans les médias
- ♦ Maîtriser les éléments de la société de l'information et de la connaissance

Module 4. Théorie de la publicité

- ♦ Comprendre les théories de la publicité, du marketing, des relations publiques et de la communication d'entreprise
- ♦ Connaître l'origine, l'évolution et l'impact économique et social de la publicité
- ♦ Savoir décrire la structure des agences de publicité
- ♦ Comprendre les notions de base de la publicité et du marketing
- ♦ Délimiter chacune des fonctions de gestion de l'entreprise d'information, en mettant en évidence leurs principales applications

Module 5. Communication radio

- ♦ Utiliser les technologies et techniques de l'information et de la communication, dans les différents médias ou systèmes de médias combinés et interactifs
- ♦ Apporter des connaissances, des idées et des débats de contenu informatif à la société par le biais des différentes modalités journalistiques et des différents médias
- ♦ Connaître l'histoire de la radiodiffusion au niveau national et international, ainsi que son impact sur la société
- ♦ Connaître et comprendre la structure du paysage radiophonique et ses particularités dans l'environnement actuel
- ♦ Maîtriser les principes de base de la communication radiophonique pour le développement des différents genres radiophoniques
- ♦ Connaître les principaux jalons de l'histoire de la radiodiffusion

Module 6. Journalisme radio

- ♦ Comprendre la structure des médias et leurs principaux formats, en tant qu'expressions des modes de vie et des cultures des sociétés dans lesquelles ils exercent leur fonction publique
- ♦ Connaître l'évolution historique des modes et traditions journalistiques contemporains espagnols, européens et internationaux, à partir de l'analyse et de la recherche des messages qu'ils transmettent et de leur impact social
- ♦ Se développer en tant que communicateur professionnel dans le respect des règles juridiques et déontologiques de la profession
- ♦ Distinguer les éléments intervenant dans l'élaboration du message radio
- ♦ Distinguer les types de programmes radio et leur composition
- ♦ Connaître l'évolution de l'information radio

Module 7. Journalisme sportif

- ♦ Rédiger des articles journalistiques dans le domaine du sport selon les spécifications des différents genres informatifs (nouvelles), interprétatifs (chronique, interview et reportage) et d'opinion (éditorial, colonne, article, etc.)
- ♦ Connaître les tenants et aboutissants de la presse sportive
- ♦ Analyser la programmation sportive à la radio
- ♦ Analyser les tendances des programmes sportifs à la radio



Module 8. Journalisme culturel

- ♦ Comprendre l'importance de la culture dans le domaine du journalisme
- ♦ Analyse de textes journalistiques liés à la sphère culturelle et artistique
- ♦ Analyser le contenu culturel dans les différents canaux médiatiques
- ♦ Rédiger des textes selon les différents genres journalistiques d'information, d'interprétation et d'opinion, étroitement liés à la diffusion de la culture

Module 9. Information commerciale

- ♦ Identifier les fonctions et stratégies déployées par les organisations pour être présentes dans les médias ou pour favoriser une meilleure communication avec leurs clients, fournisseurs et employés
- ♦ Comprendre les mécanismes nécessaires, au niveau organisationnel, pour développer les différents aspects d'une entreprise de communication et ses performances dans un contexte mondialisé
- ♦ Comprendre les types d'entreprises de médias qui existent
- ♦ Comprendre la structure d'une entreprise de médias

Module 10. Opinion publique

- ♦ Situer la fonction publique du journaliste en tant que guide de l'opinion publique et en relation avec le rôle du journal en tant qu'acteur politique et médiateur social
- ♦ Connaître et Identifier les multiples expressions, phénomènes et processus de l'opinion publique
- ♦ Réfléchir avec une solidité théorique et une rigueur empirique aux processus par lesquels la profession journalistique contribue à la construction et à l'expression de l'opinion publique
- ♦ Exprimer et agir sur l'opinion publique, en utilisant toutes les méthodes, les langues et les supports technologiques dont dispose actuellement le journalisme
- ♦ Comprendre le concept d'opinion publique

04

Compétences

Après avoir passé les évaluations du Mastère Hybride en Journalisme Radio, le professionnel aura acquis les compétences professionnelles nécessaires pour écrire, parler et réaliser des travaux de production dans un média radiophonique. En outre, la pratique du journalisme sportif et culturel et la compréhension de l'opinion publique feront de vous un professionnel polyvalent, prêt à relever les défis et à saisir les opportunités qu'offre l'univers radiophonique d'aujourd'hui.





“

Grâce à ce cursus innovant, vous serez en mesure de créer des récits captivants et immersifs, ainsi que de maîtriser la production et l'édition de contenus audio. Inscrivez-vous dès maintenant!”



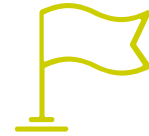
Compétence générale

- Rédiger, exprimer et transmettre des informations par le biais de la radio

“

Vous combinerez la théorie et la pratique professionnelle dans le cadre d'une approche pédagogique exigeante et enrichissante”





Compétences spécifiques

- Identifier les principaux outils journalistiques et les utiliser lors de la rédaction de nouvelles
- Écrire et mettre en voix des articles journalistiques dans différents genres
- Connaître les origines et l'évolution historique du journalisme au niveau international
- Connaître l'histoire du monde et la manière dont elle est rapportée
- Utiliser le discours audiovisuel et la narration dans les créations journalistiques
- Se documenter pour élaborer sa propre information

05

Direction de la formation

Dans ce programme, les étudiants étudieront les contenus de manière approfondie sous la direction d'un corps professoral composé de spécialistes du Journalisme Radio. Les enseignants ont structuré cet itinéraire académique dans le but de travailler les compétences nécessaires à la production, à l'écriture et à la présentation de programmes radiophoniques. Grâce à leur expérience reconnue, ils transmettront des connaissances essentielles pour la profession d'aujourd'hui. Les membres de l'équipe ont des carrières remarquables dans les médias et se sont spécialisés dans divers domaines tels que le reportage radio, les programmes d'information et les podcasts. Ceci est essentiel pour fournir une variété de perspectives et d'aperçus dans différents domaines.



“

L'équipe enseignante est composée de professionnels du Journalisme qui se sont spécialisés dans la production audio innovante et les formats de diffusion, tels que les podcasts”

Directeur invité international

Après une longue carrière dans l'enseignement supérieur, J. Michael DeAngelis a travaillé comme **animateur, scénariste et acteur**. Après avoir occupé divers postes académiques à l'Université de Pennsylvanie, il a été nommé **Directeur Associé de la Communication et de la Technologie** dans cette institution des États-Unis. Il y est chargé de la production et de la présentation du podcast hebdomadaire d'informations **CS Radio**. Il est également co-créateur du podcast humoristique **Mission: Rejected**, qu'il dirige, écrit et produit.

Tout au long de sa carrière, il a travaillé pour des chaînes de télévision éducatives locales et des **stations de radio** dans les sections d'information. En outre, après avoir obtenu un diplôme en **Arts du Spectacle** au Muhlenberg College, il a été directeur de **The Porch Room**, une société de production de podcasts, de films et de pièces de théâtre. Il a ainsi eu l'occasion d'exercer différentes fonctions dans le domaine de la **Communication** et du **Divertissement**. Il a également effectué des tâches devant et derrière les micros dans le domaine de l'information et du divertissement.

En particulier, avec l'émergence des **podcasts** et leur croissance continue, cet expert s'est spécialisé dans la création et la production de ce type de contenu audio. À travers eux, et grâce à son expérience d'acteur, il parvient à transmettre aux auditeurs non seulement des informations et des histoires, mais aussi des émotions à travers sa voix.

D'autre part, DeAngelis a été reconnu à plusieurs reprises pour son travail théâtral, sa pièce **Drop** a été récompensée au **Festival Samuel French Off-Off Broadway Short Play** en 2009. La même année, il a remporté le **Prix Perry** de l'**Association des Théâtres Communautaires du New Jersey (NJACT)** pour la meilleure production d'une pièce originale pour **Accidents Happen**. Parallèlement, sa brillante carrière lui a valu d'être membre de la **Dramatist Guild of America**.



M. DeAngelis, J. Michael

- ♦ Directeur de la Communication et de la Technologie à l'Université de Pennsylvanie, États-Unis
- ♦ Directeur de la société de production The Porch Room
- ♦ Animateur du podcast hebdomadaire d'informations CS Radio
- ♦ Diffuseur et *Podcasteur*
- ♦ Prix Perry de la NJACT
- ♦ Licence en Arts du Spectacle du Muhlenberg College
- ♦ Diplôme d'Acteur et de Critique Théâtrale du Goldsmiths College de l'Université de Londres
- ♦ Membre de: Société des Dramaturges d'Amérique

“

Grâce à TECH, vous pourrez apprendre avec les meilleurs professionnels du monde”

06

Plan d'étude

Le Mastère Hybride en Journalisme Radio est méticuleusement conçu pour offrir une expérience éducative complète et enrichissante. Ainsi, le journaliste couvrira tout, de la théorie du journalisme à la pratique de la communication radio, en passant par la narration audiovisuelle et la documentation des nouvelles. Dès le module 1, le diplômé élargira ses connaissances et ses compétences, ce qui lui permettra de se développer professionnellement dans les médias radiophoniques. En outre, le séjour pratique de 3 semaines lui permettra de travailler dans un environnement réel, avec le soutien d'une équipe d'experts.



“

Saisissez cette occasion unique d'élargir vos horizons et de transformer votre passion pour le journalisme radio en une carrière réussie et épanouissante”

Module 1. Théorie du Journalisme

- 1.1. Définition et types de journaux
 - 1.1.1. Introduction: L'étude de la communication en tant que science sociale
 - 1.1.2. Concepts clés: Communication, information, journalisme
 - 1.1.3. Les médias et leur relation avec la communauté
 - 1.1.4. Les journaux et leurs relations avec les autres médias
 - 1.1.5. Définition et caractéristiques du journal quotidien
 - 1.1.5.1. Histoire
 - 1.1.5.2. Thématique
 - 1.1.5.3. Prix de vente
 - 1.1.5.4. Format
 - 1.1.6. Le contenu de la revue
 - 1.1.6.1. Sections
- 1.2. Principaux outils journalistiques
 - 1.2.1. Introduction
 - 1.2.2. Principaux outils journalistiques
 - 1.2.3. Critères de sélection
 - 1.2.3.1. Qu'est-ce que c'est?
 - 1.2.3.2. Classifications
 - 1.2.3.3. Relations avec l'époque actuelle
- 1.3. Éléments du journal
 - 1.3.1. Introduction
 - 1.3.2. Éléments du journal
 - 1.3.3. Différents éléments
- 1.4. Le journaliste et ses compétences journalistiques
 - 1.4.1. Introduction
 - 1.4.2. Les journalistes et leurs compétences journalistiques
 - 1.4.3. Débat sur la profession de journaliste
 - 1.4.4. Attitudes
 - 1.4.4.1. Attitudes pratiques
 - 1.4.4.2. Attitudes intellectuelles et morales
- 1.5. L'organisation d'un journal
 - 1.5.1. Introduction
 - 1.5.2. Deux structure en une: L'entreprise et la rédaction
 - 1.5.3. Principes rédactionnels
 - 1.5.4. Statuts éditoriaux
 - 1.5.4.1. Rôles éditoriaux
 - 1.5.5. Épilogue: De la version numérique à l'édition numérique
- 1.6. Travail journalistique
 - 1.6.1. Introduction
 - 1.6.2. Travail journalistique
 - 1.6.3. Ce qu'est une salle de presse et comment elle est organisée
 - 1.6.4. Au quotidien
 - 1.6.5. Planification à long terme
 - 1.6.6. Travail individuel et collectif
 - 1.6.6.1. Travail individuel
 - 1.6.6.2. Travail collectif
 - 1.6.6.3. Livres de style
- 1.7. Déontologie journalistique
 - 1.7.1. Introduction
 - 1.7.2. Origine et développement historique
 - 1.7.2.1. Le rapport Hutchins
 - 1.7.2.2. Le rapport McBride
 - 1.7.3. Un moyen de réglementer la profession
 - 1.7.4. Fonctions de l'autorégulation
 - 1.7.5. Codes d'éthique
- 1.8. Types de journalisme
 - 1.8.1. Introduction
 - 1.8.2. Journalisme d'investigation
 - 1.8.2.1. Les qualités du journaliste d'investigation
 - 1.8.2.2. Le programme Williams
 - 1.8.2.3. Techniques de recherche-innovation
 - 1.8.3. Journalisme de précision
 - 1.8.3.1. Spécialisations du journalisme de précision


- 1.8.4. Journalisme de service
 - 1.8.4.1. Caractéristiques thématiques
- 1.8.5. Spécialisation journalistique
- 1.8.6. Développement de l'information spécialisée
- 1.9. Journalisme et rhétorique
 - 1.9.1. Introduction
 - 1.9.2. Séparation information-opinion
 - 1.9.3. La théorie des genres journalistiques
 - 1.9.4. Contributions de la rhétorique
 - 1.9.5. L'elocutio ou l'élocution
- 1.10. Le journalisme en tant qu'acteur politique
 - 1.10.1. Introduction
 - 1.10.2. Le journal selon les théoriciens
 - 1.10.3. Le journal en tant qu'acteur du conflit
 - 1.10.3.1. Le journal comme moyen de communication
 - 1.10.3.2. Le journal aux niveaux extra, inter, intra
 - 1.10.4. Le journal comme artisan de la paix
 - 1.10.4.1. Mécanisme d'alarme
 - 1.10.4.2. Créateur d'ambiance, mobilisateur pour la paix
 - 1.10.5. Le journal en tant que système complexe de création et de résolution de problèmes
 - 1.10.6. Le journal en tant qu'institution missionnaire
 - 1.10.7. Le journal comme sommet d'un triangle de relations amour-haine
 - 1.10.8. Le journal en tant que narrateur et participant aux conflits
- 1.11. Le journalisme en tant qu'acteur social
 - 1.11.1. Introduction
 - 1.11.2. Le journal comme interprète et médiateur
 - 1.11.3. Le journal en tant que membre du système politique et en tant que système para-politique
 - 1.11.4. Le journal en tant qu'informateur politique et communicateur pseudo-politique
 - 1.11.5. Le journal en tant que destinataire des politiques de communication d'autres acteurs sociaux

Module 2. Récit audiovisuel

- 2.1. Récit audiovisuel
 - 2.1.1. Introduction
 - 2.1.2. Concepts fondamentaux de la narration audiovisuelle
 - 2.1.3. Une approche méthodologique
 - 2.1.4. Particularités du discours audiovisuel
 - 2.1.5. Langage audiovisuel
 - 2.1.6. L'image
 - 2.1.7. Son
- 2.2. Le discours et les salles d'énonciation
 - 2.2.1. Introduction
 - 2.2.2. Les fonctions du récit
 - 2.2.3. La construction du texte narratif
 - 2.2.4. Les instances d'énonciation
 - 2.2.5. Typologies de narrateurs
 - 2.2.6. Focalisation
 - 2.2.7. Le narrateur
- 2.3. L'histoire et les axes de la narration
 - 2.3.1. Introduction
 - 2.3.2. L'histoire
 - 2.3.3. L'action narrative
 - 2.3.4. Temps
 - 2.3.5. L'espace
 - 2.3.6. Son
- 2.4. La construction du discours audiovisuel: Le scénario
 - 2.4.1. Introduction
 - 2.4.2. Le scénario
 - 2.4.3. L'idée
 - 2.4.4. Les genres
 - 2.4.4.1. Films fantastiques et d'horreur
 - 2.4.4.2. Films de guerre
 - 2.4.4.3. Comédie
 - 2.4.4.4. Comédies musicales
 - 2.4.4.5. Le documentaire

- 2.4.5. Personnages et dialogues
- 2.4.6. Du scénario littéraire vs le scénario technique
- 2.5. Théorie et analyse du montage cinématographique
 - 2.5.1. Introduction
 - 2.5.2. Définition du montage
 - 2.5.3. Les unités de base de la narration cinématographique
 - 2.5.4. Premières approches théoriques
 - 2.5.5. Types d'édition
 - 2.5.6. Le montage invisible. Glossaire sur le montage
- 2.6. La narration cinématographique: Des origines à la postmodernité
 - 2.6.1. Introduction
 - 2.6.2. Les origines du cinéma
 - 2.6.3. Le cinéma des origines: L'articulation spatio-temporelle
 - 2.6.4. L'avant-garde et le cinéma
 - 2.6.5. Cinéma hollywoodien
 - 2.6.6. Le cinéma d'art et d'essai
 - 2.6.7. Cinéma contemporain
- 2.7. Le cinéma informatif: Des actualités aux documentaires
 - 2.7.1. Introduction
 - 2.7.2. Cinéma informatif
 - 2.7.3. Films d'actualités
 - 2.7.4. Le documentaire
 - 2.7.5. Films d'actualité de fiction
 - 2.7.6. La valeur des films d'actualités en tant que source historique
- 2.8. Le discours télévisuel: Information et divertissement
 - 2.8.1. Introduction
 - 2.8.2. Le discours télévisuel
 - 2.8.3. Narratologie de l'information audiovisuelle
 - 2.8.4. Les genres de l'information audiovisuelle
 - 2.8.5. Infotainment
 - 2.8.6. Les programmes divertissement
 - 2.8.7. Récits télévisés fictifs



- 
- 2.9. Le discours publicitaire audiovisuel: *Spot*, bande-annonce et *videoclip*
 - 2.9.1. Introduction
 - 2.9.2. Le récit publicitaire dans les médias audiovisuels
 - 2.9.2.1. *Spot*
 - 2.9.2.2. Remorque
 - 2.9.2.3. *Vidéoclip*
 - 2.10. Nouveaux médias et structures narratives à l'ère numérique
 - 2.10.1. Introduction
 - 2.10.2. Le paradigme numérique
 - 2.10.3. Les nouveaux médias du XXIe siècle
 - 2.10.4. Nouvelles pratiques médiatiques
 - 2.10.5. La condition post-médiatique

Module 3. Documentation informative

- 3.1. Introduction à la documentation en tant que science
 - 3.1.1. Introduction
 - 3.1.2. La société de l'information et de la connaissance
 - 3.1.3. Information et documentation
 - 3.1.4. Définition de la documentation
 - 3.1.5. La naissance de la documentation en tant que science
 - 3.1.6. Centres de documentation
- 3.2. Histoire et caractéristiques de la documentation d'information
 - 3.2.1. Introduction
 - 3.2.2. Histoire de la documentation de l'information
 - 3.2.3. Caractéristiques générales de la maîtrise de l'information
 - 3.2.4. Principes de la documentation de l'information
 - 3.2.5. Fonctions de la documentation informative
- 3.3. Les sources et le document
 - 3.3.1. Introduction
 - 3.3.2. Sources d'information
 - 3.3.3. Les documents
 - 3.3.4. Types de sources documentaires

- 3.4. Analyse documentaire I
 - 3.4.1. Introduction
 - 3.4.2. La chaîne documentaire
 - 3.4.3. Sélection de documentaires
 - 3.4.4. Analyse documentaire
 - 3.4.5. Catalogage
 - 3.4.6. Description documentaire et entrée bibliographique
- 3.5. Analyse documentaire II
 - 3.5.1. Introduction
 - 3.5.2. Classification
 - 3.5.3. Indexation
 - 3.5.4. Le résumé
 - 3.5.5. Référence documentaire
 - 3.5.6. Langues documentaires
- 3.6. Récupération d'informations dans les bases de données
 - 3.6.1. Introduction
 - 3.6.2. Recherche d'informations
 - 3.6.3. Systèmes de gestion de bases de données
 - 3.6.4. Langages d'interrogatoire et équations de recherche
 - 3.6.5. Évaluation de la recherche d'informations
 - 3.6.6. Bases de données
- 3.7. Documentation photographique
 - 3.7.1. Introduction
 - 3.7.2. La photographie
 - 3.7.3. Documentation photographique
 - 3.7.4. Critères de sélection photographique
 - 3.7.5. L'analyse documentaire de la photographie
- 3.8. Documentation radio
 - 3.8.1. Introduction
 - 3.8.2. Caractéristiques du document audio
 - 3.8.3. Typologie des documents radio
 - 3.8.4. Archives radio
 - 3.8.5. Analyse documentaire de l'information sonore
 - 3.8.6. Information-documentation en radio
- 3.9. Documents audiovisuels
 - 3.9.1. Introduction
 - 3.9.2. Documents audiovisuels
 - 3.9.3. Documentation sur la télévision
 - 3.9.4. Analyse documentaire de l'image en mouvement
 - 3.9.5. Documentation cinématographique
- 3.10. Documentation dans la presse écrite et numérique et dans les bureaux de communication
 - 3.10.1. Introduction
 - 3.10.2. Le service de documentation de base dans la presse écrite
 - 3.10.3. Le processus de documentation dans les médias numériques
 - 3.10.4. Le service de documentation dans la salle de presse numérique
 - 3.10.5. Documentation dans les bureaux de communication

Module 4. Théorie de la publicité

- 4.1. Principes fondamentaux de la publicité
 - 4.1.1. Introduction
 - 4.1.2. Notions de base de la publicité et du Marketing
 - 4.1.2.1. Le marketing
 - 4.1.2.2. La publicité
 - 4.1.3. Publicité, relations publiques et publicité
 - 4.1.4. Dimensions et portée sociale de la publicité contemporaine
 - 4.1.5. Une publicité réussie: KFC
- 4.2. Histoire de la publicité
 - 4.2.1. Introduction
 - 4.2.2. Origine
 - 4.2.3. La Révolution Industrielle et la publicité
 - 4.2.4. Le développement de l'industrie de la publicité
 - 4.2.5. La publicité dans le monde d'Internet
 - 4.2.6. Une publicité réussie: Étude du cas Coca-Cola
- 4.3. La publicité et ses acteurs I: L'annonceur
 - 4.3.1. Introduction
 - 4.3.2. Comment fonctionne l'industrie de la publicité
 - 4.3.3. Types d'annonceurs
 - 4.3.4. Publicité dans l'organigramme de l'entreprise
 - 4.3.5. Une publicité réussie: Étude du cas Facebook

- 4.4. La publicité et ses protagonistes II: Agences de publicité
 - 4.4.1. Introduction
 - 4.4.2. L'agence de publicité: Professionnels de la communication publicitaire
 - 4.4.3. La structure organisationnelle des agences de publicité
 - 4.4.4. Types d'agences de publicité
 - 4.4.5. Gestion des honoraires dans les agences de publicité
 - 4.4.6. Une publicité réussie: Nike
- 4.5. La publicité et ses protagonistes III: Le destinataire de la publicité
 - 4.5.1. Introduction
 - 4.5.2. Le récepteur de publicité et son contexte
 - 4.5.3. Le destinataire de la publicité en tant que consommateur
 - 4.5.4. Besoins et désirs dans la publicité
 - 4.5.5. Publicité et mémoire: L'efficacité de la publicité
 - 4.5.6. Une publicité réussie: Étude du cas Ikéa
- 4.6. Le processus de création publicitaire I: De l'annonceur aux médias
 - 4.6.1. Introduction
 - 4.6.2. Les aspects préliminaires du processus de création publicitaire
 - 4.6.3. Le *brief* de publicité ou *brief* de communication
 - 4.6.4. La stratégie créative
 - 4.6.5. Stratégie médiatique
 - 4.6.5.1. Une publicité réussie: Apple
- 4.7. Le processus de création publicitaire II: Créativité et publicité
 - 4.7.1. Introduction
 - 4.7.2. Les fondements du travail créatif des publicitaires
 - 4.7.3. La créativité publicitaire et son statut communicatif
 - 4.7.4. Travail créatif dans la publicité
 - 4.7.5. Une publicité réussie: Étude du cas Real Madrid
- 4.8. Le processus de création publicitaire III: Conception et développement du manifeste publicitaire
 - 4.8.1. Introduction
 - 4.8.2. Conception et stratégies créatives
 - 4.8.3. Le processus de conception créative
 - 4.8.4. Les dix voies fondamentales de la créativité selon Iluis bassat: Les genres publicitaires

- 4.8.5. Formats publicitaires
- 4.8.6. Une publicité réussie: McDonald's
- 4.9. Planification des médias publicitaires
 - 4.9.1. Introduction
 - 4.9.2. Médias et planification
 - 4.9.3. Les supports publicitaires et leur classification
 - 4.9.4. Outils de planification des médias
 - 4.9.5. Une publicité réussie: Pepsi
- 4.10. Publicité, société et culture
 - 4.10.1. Introduction
 - 4.10.2. La relation entre la publicité et la société
 - 4.10.3. Publicité et émotions
 - 4.10.4. Publicité, sujets et choses
 - 4.10.5. Une publicité réussie: Burger King

Module 5. Communication radio

- 5.1. Histoire de la radiodiffusion
 - 5.1.1. Introduction
 - 5.1.2. Origines
 - 5.1.3. Orson Welles et "La Guerre des Mondes"
 - 5.1.4. La radio dans le monde
 - 5.1.5. La nouvelle radio
- 5.2. Panorama actuel de la radio en Amérique latine
 - 5.2.1. Introduction
 - 5.2.2. Histoire de la radio en Amérique latine
 - 5.2.3. Actualité
- 5.3. Le langage de la radio
 - 5.3.1. Introduction
 - 5.3.2. Caractéristiques de la communication radio
 - 5.3.3. Éléments qui composent le langage de la radio
 - 5.3.4. Caractéristiques de la construction des textes radiophoniques
 - 5.3.5. Caractéristiques de l'écriture de textes radiophoniques
 - 5.3.6. Glossaire des termes utilisés dans le langage radio

- 5.4. Le script radio. Créativité et expression
 - 5.4.1. Introduction
 - 5.4.2. Le script radio
 - 5.4.3. Principes de base de l'écriture de scénarios
- 5.5. Production, réalisation et voix off en radiodiffusion
 - 5.5.1. Introduction
 - 5.5.2. Production et réalisation
 - 5.5.3. Voix off de la radio
 - 5.5.4. Particularités des voix off à la radio
 - 5.5.5. Exercices pratiques de respiration et de voix-off
- 5.6. L'improvisation dans la radiodiffusion
 - 5.6.1. Introduction
 - 5.6.2. Particularités du milieu radioélectrique
 - 5.6.3. Qu'est-ce que l'improvisation?
 - 5.6.4. Comment se déroule l'improvisation?
 - 5.6.5. Informations sportives à la radio. Caractéristiques et langage
 - 5.6.6. Recommandations lexicales
- 5.7. Genres de radio
 - 5.7.1. Introduction
 - 5.7.2. Genres de radio
 - 5.7.2.1. La nouvelle
 - 5.7.2.2. La chronique
 - 5.7.2.3. Le reportage
 - 5.7.2.4. L'interview
 - 5.7.3. La table ronde et le débat
- 5.8. Recherche d'audience en radio
 - 5.8.1. Introduction
 - 5.8.2. Recherche radio et investissements publicitaires
 - 5.8.3. Principales méthodes de recherche
 - 5.8.4. Étude générale des médias
 - 5.8.5. Résumé de l'étude générale sur les médias
 - 5.8.6. Radio traditionnelle et radio en ligne

- 5.9. Son numérique
 - 5.9.1. Introduction
 - 5.9.2. Concepts de base du son numérique
 - 5.9.3. Histoire de l'enregistrement sonore
 - 5.9.4. Principaux formats sonores numériques
 - 5.9.5. Montage sonore numérique. Audacity
- 5.10. Le nouveau radiophoniste
 - 5.10.1. Introduction
 - 5.10.2. Le nouveau radiophoniste
 - 5.10.3. L'organisation formelle des radiodiffuseurs
 - 5.10.4. La tâche de l'éditeur
 - 5.10.5. Rassembler le contenu
 - 5.10.6. Immédiateté ou qualité?

Module 6. Journalisme radio

- 6.1. Histoire de la radio
 - 6.1.1. Histoire de l'information radio dans le monde
 - 6.1.2. Origine
 - 6.1.3. Évolution de l'information radio
- 6.2. Des genres littéraires aux genres radiophoniques
 - 6.2.1. Introduction
 - 6.2.2. La raison d'être des genres
 - 6.2.3. Des genres littéraires aux genres radiophoniques et journalistiques
 - 6.2.4. Classification des genres radiophoniques
- 6.3. Rapport
 - 6.3.1. Introduction
 - 6.3.2. L'actualité comme matière première
 - 6.3.3. Types de programmes d'information
- 6.4. Le sport comme genre radiophonique
 - 6.4.1. Introduction
 - 6.4.2. Histoire

- 6.4.3. Formats sportifs
- 6.4.4. L'avenir du sport à la radio
- 6.5. Programmes de participation du public
 - 6.5.1. Introduction
 - 6.5.2. Les raisons du succès de la participation en tant que genre radiophonique
 - 6.5.3. Typologie du genre de la participation
- 6.6. Drame
 - 6.6.1. Introduction
 - 6.6.2. Les sous-genres
 - 6.6.3. La technique
- 6.7. Musicales
 - 6.7.1. Introduction
 - 6.7.2. Histoire du genre musical
 - 6.7.3. Les sous-genres
- 6.8. Le magazine
 - 6.8.1. Introduction
 - 6.8.2. Le magazine
 - 6.8.3. Le magazine spécialisé
- 6.9. Histoire de la publicité
 - 6.9.1. Introduction
 - 6.9.2. Histoire de la publicité
 - 6.9.3. Types de publicité
- 6.10. La publicité comme genre radiophonique
 - 6.10.1. Introduction
 - 6.10.2. Publicité radio
 - 6.10.3. La publicité comme genre radiophonique
 - 6.10.4. Le phénomène de la publicité radiophonique dans le processus de communication

Module 7. Journalisme sportif

- 7.1. Presse sportive
 - 7.1.1. Introduction
 - 7.1.2. Actualité
 - 7.1.3. Qualité de l'information sportive
 - 7.1.3.1. Sources
 - 7.1.3.2. Langage
 - 7.1.4. La presse sportive locale
 - 7.1.4.1. Crédibilité de l'information locale
 - 7.1.4.2. Thématique sportive
- 7.2. Les genres sportifs
 - 7.2.1. Introduction
 - 7.2.1.1. Du papier au numérique
 - 7.2.1.2. De l'analogique au numérique
 - 7.2.1.3. De l'information à l'opinion
 - 7.2.2. Structure et langage
 - 7.2.2.1. Titres
 - 7.2.2.2. En-têtes
 - 7.2.2.3. Déclarations et vues éclatées
 - 7.2.3. Éléments des pièces d'interprétation
 - 7.2.3.1. Chroniques
 - 7.2.3.2. Rapports
 - 7.2.3.3. Interviews
 - 7.2.4. Les compétences du journaliste sportif
- 7.3. Programmes sportifs à la télévision
 - 7.3.1. Introduction
 - 7.3.2. Évolution des programmes sportifs à la télévision
 - 7.3.2.1. Le sport à la télévision publique
 - 7.3.2.2. Le sport à la télévision payante
 - 7.3.3. Programmes sportifs à la télévision
 - 7.3.3.1. Les retransmissions
 - 7.3.3.2. Le spectacle comme stratégie
 - 7.3.3.3. La technologie

- 7.4. Tendances à la radio
 - 7.4.1. Introduction
 - 7.4.2. Radio
 - 7.4.3. Tendances du journalisme radiophonique
 - 7.4.3.1. Contenus
 - 7.4.3.2. Archive sonore
 - 7.4.3.3. Reportages pour la radio à la demande
 - 7.5. Les images dans le journalisme sportif
 - 7.5.1. Introduction
 - 7.5.2. Sport et images
 - 7.5.2.1. Concept de sport
 - 7.5.2.2. Médiatisation du sport
 - 7.5.2.3. Concept d'image
 - 7.5.3. L'image dans le journalisme sportif
 - 7.5.3.1. Concept de journalisme sportif
 - 7.5.3.2. Photojournalisme sportif
 - 7.5.3.3. L'image en mouvement
 - 7.5.4. La spéculation médiatique du sport
 - 7.6. Les nouveaux récits numériques dans le journalisme sportif
 - 7.6.1. Introduction
 - 7.6.2. Nouveaux récits multimédias
 - 7.6.2.1. Images
 - 7.6.2.2. La mutation de l'audio et de la vidéo
 - 7.6.3. Le journalisme de données
 - 7.6.3.1. Recherche
 - 7.6.3.2. Analyse
 - 7.6.4. Le récit interactif
 - 7.6.5. De la réalité virtuelle à la réalité augmentée
 - 7.7. Le langage des journalistes sportifs
 - 7.7.1. Introduction
 - 7.7.2. Caractéristiques
 - 7.7.2.1. Liberté de style et créativité
 - 7.7.2.2. Erreurs
 - 7.7.3. Ouvrages de référence pour l'étude
 - 7.7.4. Responsabilité du journaliste
 - 7.8. Le sport féminin et les médias
 - 7.8.1. Introduction
 - 7.8.2. Sport et genre: Sport habituellement pratiqué par des hommes et des femmes
 - 7.8.3. Femme et sport: Le sport féminin
 - 7.8.3.1. Âges dans le sport féminin
 - 7.8.3.2. Sports mixtes
 - 7.8.4. Les femmes dans le journalisme sportif
 - 7.8.5. Langage sexiste
 - 7.8.6. Importance des nouveaux médias de communication dans le sport féminin
 - 7.9. Les réseaux sociaux dans le sport
 - 7.9.1. Introduction
 - 7.9.2. L'utilisation des réseaux sociaux dans le sport
 - 7.9.3. Conséquences pour les journalistes et les professionnels des médias
 - 7.9.4. Implications pour les sportifs et les amateurs
 - 7.9.4.1. Marque personnelle
 - 7.9.4.2. Gestion de crise
 - 7.10. Vers un nouveau modèle de gestion de la communication dans les organisations sportives
 - 7.10.1. Introduction
 - 7.10.2. Le rôle de la communication d'entreprise dans le sport
 - 7.10.3. Acteurs de la gestion de la communication sportive
 - 7.10.4. L'évolution du modèle de communication influencé par les TICs
- Module 8. Journalisme culturel**
- 8.1. Le journalisme culturel dans les médias conventionnels et son intégration dans le monde numérique
 - 8.1.1. Objectifs et sources du journalisme culturel dans les médias audiovisuels
 - 8.1.2. Connaître le public et savoir où le trouver
 - 8.1.3. Programmes et genres de journalisme culturel dans les médias linéaires et non linéaires de la radio et de la télévision
 - 8.2. L'art de raconter des histoires
 - 8.2.1. La perspective de la narration
 - 8.2.2. Connaissance de soi, motivation et objectifs personnels dans la pratique du journalisme culturel
 - 8.2.3. La créativité et le point de vue de la narration dans le journalisme

- 8.2.4. La rigueur informative dans le reportage culturel
- 8.2.5. Identité et style de la marque personnelle
- 8.3. Lignes directrices essentielles pour la documentation journalistique culturelle
 - 8.3.1. Documentation historique
 - 8.3.2. Documentation actuelle
 - 8.3.3. Événements actuels
- 8.4. La philosophie de la communication 3.0
 - 8.4.1. Le web 3.0: Définition et caractéristiques
 - 8.4.2. Le journalisme culturel sur le web 3.0
 - 8.4.3. Caractéristiques de l'écriture journalistique à partir de la convergence
- 8.5. Gestion des médias et réseaux sociaux
 - 8.5.1. Facebook
 - 8.5.2. Twitter
 - 8.5.3. Instagram
 - 8.5.4. LinkedIn
 - 8.5.5. Autres réseaux
- 8.6. Contenu journalistique interactif
 - 8.6.1. Le rôle du professionnel du journalisme
 - 8.6.2. Informer ou divertir
 - 8.6.3. Plus de médias numériques
 - 8.6.4. Contenu journalistique interactif
- 8.7. Paradigme de la communication
 - 8.7.1. Le public et l'utilisateur
 - 8.7.2. Le support et le contenu
 - 8.7.3. Le moyen
 - 8.7.4. Temps
 - 8.7.5. Désinformation
- 8.8. Positionnement sur le Web: SEO, SEM, SMO, SMM et SERM. Contenu journalistique spécialisées
 - 8.8.1. SEO
 - 8.8.2. SEM
 - 8.8.3. SMO
 - 8.8.4. SMM
 - 8.8.5. SERM

Module 9. Information commerciale

- 9.1. Concept et évolution de l'entreprise d'information
 - 9.1.1. Qu'est-ce que l'entreprise d'information?
 - 9.1.2. Caractéristiques de l'entreprise de presse
 - 9.1.3. Types d'entreprises de presse
- 9.2. Organisation d'entreprises de presse
 - 9.2.1. Introduction
 - 9.2.2. Qu'est-ce que l'organisation d'une entreprise
 - 9.2.3. Comment une entreprise d'information est-elle structurée?
 - 9.2.4. Modèles de structures organisationnelles
- 9.3. Structure multimédia de l'entreprise de médias
 - 9.3.1. Introduction
 - 9.3.2. Structure multimédia de l'entreprise de médias
 - 9.3.3. De l'entreprise de médias au conglomérat multimédia
 - 9.3.4. La concentration des médias: Causes et conséquences
 - 9.3.5. Grands groupes de communication
- 9.4. Commercialiser le produit de la société d'information
 - 9.4.1. Introduction
 - 9.4.2. Caractéristiques du marketing dans les organes de presse
 - 9.4.3. Marketing en fonction du canal de distribution
 - 9.4.4. Le marketing dans l'entreprise numérique
- 9.5. Revenu et dépenses l'entreprise d'information
 - 9.5.1. Introduction
 - 9.5.2. La société déclarante dans l'environnement économique
 - 9.5.3. Le cycle de production dans l'entreprise de presse
 - 9.5.4. Structure économique de l'entreprise de presse
- 9.6. Le plan de l'entreprise de presse
 - 9.6.1. Introduction
 - 9.6.2. Circonstances de l'entrepreneuriat et du travail indépendant sur le marché de l'information
 - 9.6.3. Créer une société d'information
 - 9.6.4. Le plan de l'entreprise de presse
 - 9.6.5. Possibilités commerciales de l'entreprise de presse

- 9.7. Marketing informatif et planification stratégique
 - 9.7.1. Introduction
 - 9.7.2. Qu'est-ce que le marketing?
 - 9.7.3. Le marketing opératif
 - 9.7.4. Les 4 P's du marketing
- 9.8. Distribution et promotion du produit d'information
 - 9.8.1. Introduction
 - 9.8.2. La distribution
 - 9.8.3. Promotion de produits d'information: La promotion des ventes et la promotion publicitaire
- 9.9. Radiodiffusion et audiences
 - 9.9.1. Introduction
 - 9.9.2. Ce que nous entendons par diffusion de l'information
 - 9.9.3. Quel est le but de la diffusion de l'information?
 - 9.9.4. Indicateurs de diffusion et d'audience
- 9.10. Ressources humaines et gestion des affaires
 - 9.10.1. Introduction
 - 9.10.2. La responsabilité de l'entreprise informationnelle dans la gestion du personnel
 - 9.10.3. Motivation au travail
 - 9.10.4. La gestion de l'entreprise informative

Module 10. Opinion publique

- 10.1. Le concept de opinion publique
 - 10.1.1. Introduction
 - 10.1.2. Définition
 - 10.1.3. L'opinion publique en tant que phénomène rationnel et en tant que forme de contrôle social
 - 10.1.4. Les étapes de la croissance de l'opinion publique en tant que discipline
 - 10.1.5. 20ème siècle
- 10.2. Cadre théorique de l'opinion publique
 - 10.2.1. Introduction
 - 10.2.2. Perspectives sur la discipline de l'opinion publique au vingtième siècle
 - 10.2.3. Auteurs du vingtième siècle
 - 10.2.4. Walter Lippmann: L'opinion publique biaisée
 - 10.2.5. Jürgen Habermas: La perspective politico-évaluative
 - 10.2.6. Niklas Luhmann: L'opinion publique comme modalité de communication
- 10.3. Psychologie sociale et opinion publique
 - 10.3.1. Introduction
 - 10.3.2. Variables psychosociales dans la relation des entités persuasives avec leurs publics
 - 10.3.3. Le nom
 - 10.3.4. Conformisme
- 10.4. Modèles d'influence des médias
 - 10.4.1. Introduction
 - 10.4.2. Modèles d'influence des médias
 - 10.4.3. Types d'effets médiatiques
 - 10.4.4. Recherche sur les effets des médias
 - 10.4.5. Le pouvoir des médias
- 10.5. Opinion publique et communication politique
 - 10.5.1. Introduction
 - 10.5.2. Communication politique électorale. Propagande
 - 10.5.3. La communication politique des Gouvernements
- 10.6. Opinion publique et élections
 - 10.6.1. Introduction
 - 10.6.2. Les campagnes électorales influencent-elles l'opinion publique?
 - 10.6.3. L'effet des médias dans les campagnes électorales comme renforcement de l'opinion
 - 10.6.4. Les effets de l'opinion publique
- 10.7. Gouvernance et opinion publique
 - 10.7.1. Introduction
 - 10.7.2. Les représentants et ceux qu'ils représentent
 - 10.7.3. Partis politiques et opinion publique
 - 10.7.4. Les politiques publiques en tant qu'expression de l'action gouvernementale

- 10.8. L'intermédiation politique de la presse
 - 10.8.1. Introduction
 - 10.8.2. Les journalistes comme intermédiaires politiques
 - 10.8.3. Dysfonctionnements de l'intermédiation journalistique
 - 10.8.4. La confiance dans les journalistes en tant qu'intermédiaires
- 10.9. Sphère publique et modèles émergents de démocratie
 - 10.9.1. Introduction
 - 10.9.2. La sphère publique dans la société de l'information
 - 10.9.3. La sphère publique dans la société de l'information
 - 10.9.4. Modèles émergents de démocratie
- 10.10. Méthodes et techniques de recherche d'opinion publique
 - 10.10.1. Introduction
 - 10.10.2. Sondages d'opinion
 - 10.10.3. Types d'enquêtes
 - 10.10.4. Analyse

“

Le matériel didactique de ce diplôme, élaboré par ces spécialistes, a un contenu tout à fait applicable à votre expérience professionnelle”

07

Stage Pratique

Après avoir passé la période théorique en ligne, le programme comprend une période de formation pratique dans une grande station de radio. L'étudiant disposera d'un tuteur qui l'accompagnera tout au long du processus, tant dans la préparation que dans le déroulement du stage.





“

*Vous effectuerez votre stage
journalistique dans l'un des
meilleurs médias radiophoniques”*

La période de Formation Pratique de ce programme en Journalisme Radio consiste en un stage intensif de 3 semaines dans un média radio prestigieux, du lundi au vendredi, de 8 heures consécutives, toujours aux côtés d'un assistant spécialiste. Ce stage permettra au diplômé de travailler dans un véritable média, aux côtés d'une équipe de grands professionnels du journalisme radiophonique. Il pourra ainsi appliquer de manière optimale les techniques les plus innovantes et maîtriser l'utilisation des outils les plus courants en matière d'enregistrement et de montage audio.

Dans cette proposition de formation entièrement pratique, les activités visent à développer et à perfectionner les compétences nécessaires au développement de projets journalistiques pour la Radio, qui requièrent un haut niveau de qualification. En effet, les stages seront orientés vers une formation spécifique à l'exercice de l'activité dans n'importe quel média radiophonique.

Ainsi, ce programme se présente comme une occasion unique d'apprendre en travaillant. Il s'agit d'une nouvelle façon de comprendre et d'intégrer les procédures journalistiques, le tout dans des scénarios pédagogiques idéaux, pour cette expérience innovante dans l'amélioration de leurs compétences professionnelles.

L'enseignement pratique sera dispensé avec la participation active de l'étudiant, qui réalisera les activités et les procédures de chaque domaine de compétence (apprendre à apprendre et apprendre à faire), avec l'accompagnement et les conseils des enseignants et d'autres collègues formateurs qui facilitent le travail en équipe et l'intégration multidisciplinaire en tant que compétences transversales pour la pratique du Journalisme Radio (apprendre à être et apprendre à être en relation avec les autres).





Les procédures décrites ci-dessous constitueront la base de la partie pratique de la formation et leur mise en œuvre dépendront de la disponibilité et de la charge de travail du centre, les activités proposées étant les suivantes:

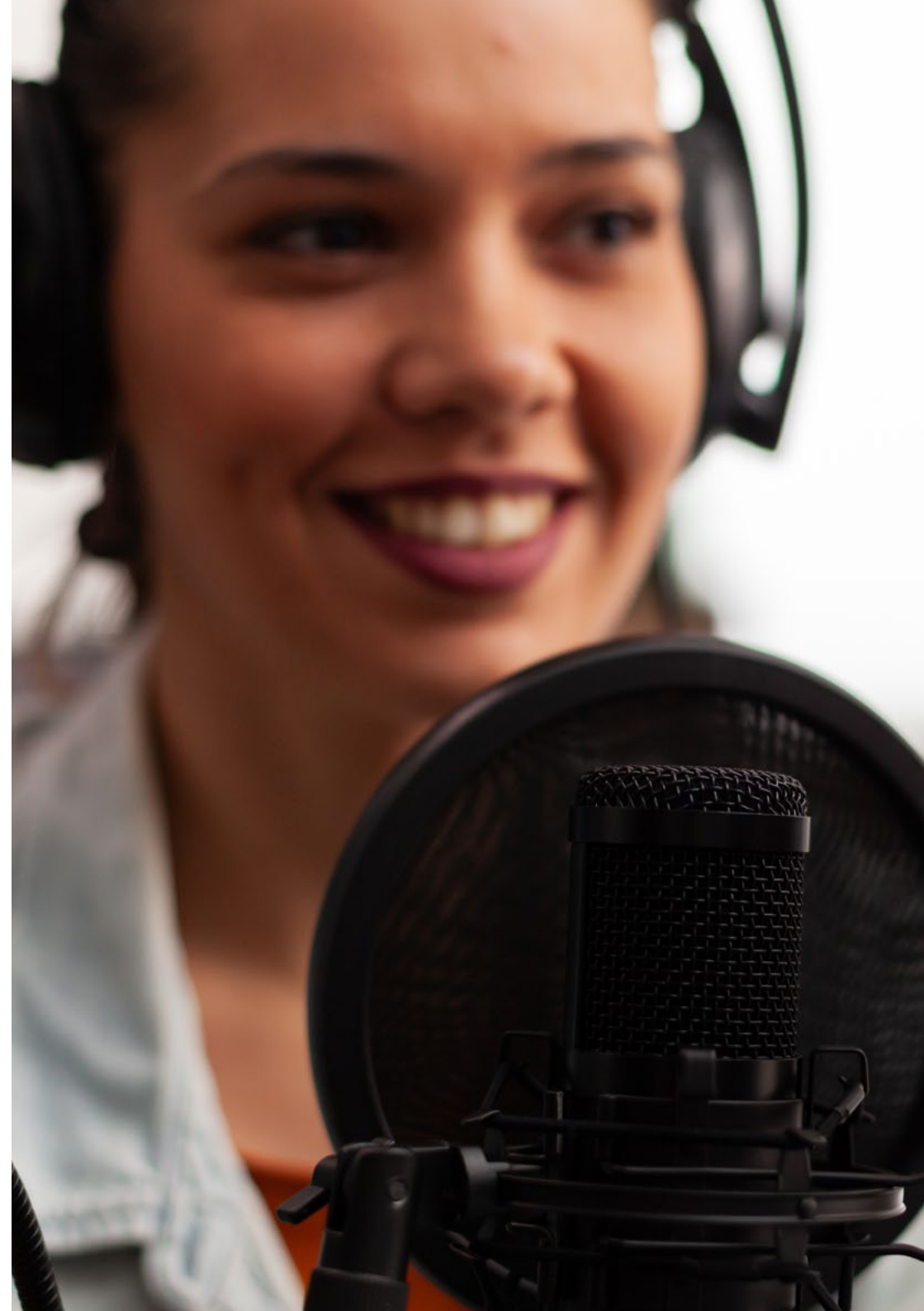
Module	Activité pratique
Rédaction et Voix-off	Rédiger et éditer des scripts pour des programmes radiophoniques
	Participer à la rédaction et à la mise en voix de bulletins d'information pour les journaux télévisés
	Rédiger des articles pour le site web du média
	Réaliser des interviews avec différentes personnalités
	Réaliser des reportages en direct
Production	Produire du contenu pour les programmes radiophoniques
	Appliquer les techniques de production radiophonique
	Coordonner la programmation des contenus
	Collaborer avec d'autres équipes pour la production de contenu
	Participer à la création de <i>podcasts</i> ou d' <i>émissions spéciales</i>
	Gérer les réseaux sociaux et les plateformes numériques du média radiophonique
Recherche	Recueillir des informations pour des articles et des reportages
	Suivre l'actualité et les tendances pour mettre à jour les informations
	Maintenir le contact avec des sources d'information et des experts dans différents domaines
Utilisation d'équipements et d'outils techniques	Éditer du matériel audio pour la diffusion à l'aide de programmes tels que Adobe Audition et Audacity
	Utiliser l'équipement technique de sonorisation spécifique à la radio
	Enregistrer des rapports et des reportages sur place

Assurance responsabilité civile

La principale préoccupation de cette institution est de garantir la sécurité des stagiaires et des autres collaborateurs nécessaires aux processus de formation pratique dans l'entreprise. Parmi les mesures destinées à atteindre cet objectif figure la réponse à tout incident pouvant survenir au cours de la formation d'apprentissage.

Pour ce faire, cette université s'engage à souscrire une assurance responsabilité civile pour couvrir toute éventualité pouvant survenir pendant le séjour au centre de stage.

Cette police d'assurance couvrant la responsabilité civile des stagiaires doit être complète et doit être souscrite avant le début de la période de Formation Pratique. Ainsi, le professionnel n'a pas à se préoccuper des imprévus et bénéficiera d'une couverture jusqu'à la fin du stage pratique dans le centre.



Conditions générales de la formation pratique

Les conditions générales de la convention de stage pour le programme sont les suivantes:

1. TUTEUR: Pendant le Mastère Hybride, l'étudiant se verra attribuer deux tuteurs qui l'accompagneront tout au long du processus, en résolvant tous les doutes et toutes les questions qui peuvent se poser. D'une part, il y aura un tuteur professionnel appartenant au centre de placement qui aura pour mission de guider et de soutenir l'étudiant à tout moment. D'autre part, un tuteur académique sera également assigné à l'étudiant, et aura pour mission de coordonner et d'aider l'étudiant tout au long du processus, en résolvant ses doutes et en lui facilitant tout ce dont il peut avoir besoin. De cette manière, le professionnel sera accompagné à tout moment et pourra consulter les doutes qui pourraient surgir, tant sur le plan pratique que sur le plan académique.

2. DURÉE: le programme de formation pratique se déroulera sur trois semaines continues, réparties en journées de 8 heures, cinq jours par semaine. Les jours de présence et l'emploi du temps relèvent de la responsabilité du centre, qui en informe dûment et préalablement le professionnel, et suffisamment à l'avance pour faciliter son organisation.

3. ABSENCE: En cas de non présentation à la date de début du Mastère Hybride, l'étudiant perdra le droit au stage sans possibilité de remboursement ou de changement de dates. Une absence de plus de deux jours au stage, sans raison médicale justifiée, entraînera l'annulation du stage et, par conséquent, la résiliation automatique du contrat. Tout problème survenant au cours du séjour doit être signalé d'urgence au tuteur académique.

4. CERTIFICATION: Les étudiants qui achèvent avec succès le Mastère Hybride recevront un certificat accréditant le séjour pratique dans le centre en question.

5. RELATION DE TRAVAIL: le Mastère Hybride ne constituera en aucun cas une relation de travail de quelque nature que ce soit.

6. PRÉREQUIS: certains centres peuvent être amenés à exiger des références académiques pour suivre le Mastère Hybride. Dans ce cas, il sera nécessaire de le présenter au département de formations de TECH afin de confirmer l'affectation du centre choisi.

7. NON INCLUS: Le mastère Hybride n'inclut aucun autre élément non mentionné dans les présentes conditions. Par conséquent, il ne comprend pas l'hébergement, le transport vers la ville où le stage a lieu, les visas ou tout autre avantage non décrit.

Toutefois, les étudiants peuvent consulter leur tuteur académique en cas de doutes ou de recommandations à cet égard. Ce dernier lui fournira toutes les informations nécessaires pour faciliter les démarches.

08

Où puis-je effectuer mon Stage Pratique?

Ce programme de Mastère Hybride comprend un stage pratique dans un centre vétérinaire prestigieux où les étudiants mettront en pratique tout ce qu'ils ont appris sur le Journalisme Radio. En ce sens, et afin de rapprocher ce diplôme d'un plus grand nombre de professionnels, TECH offre aux étudiants la possibilité de le suivre dans différents centres. Cette institution renforce ainsi son engagement en faveur d'une éducation de qualité et abordable pour tous.





“

Complétez votre formation théorique par le meilleur stage pratique du marché. C'est ainsi que vous réussirez votre carrière!”

tech 48 | Où puis-je effectuer mon Stage Pratique?

Les étudiants peuvent suivre la partie pratique de ce Mastère Hybride dans les centres suivants:



Journalisme et Communication

Radio Intercoruña

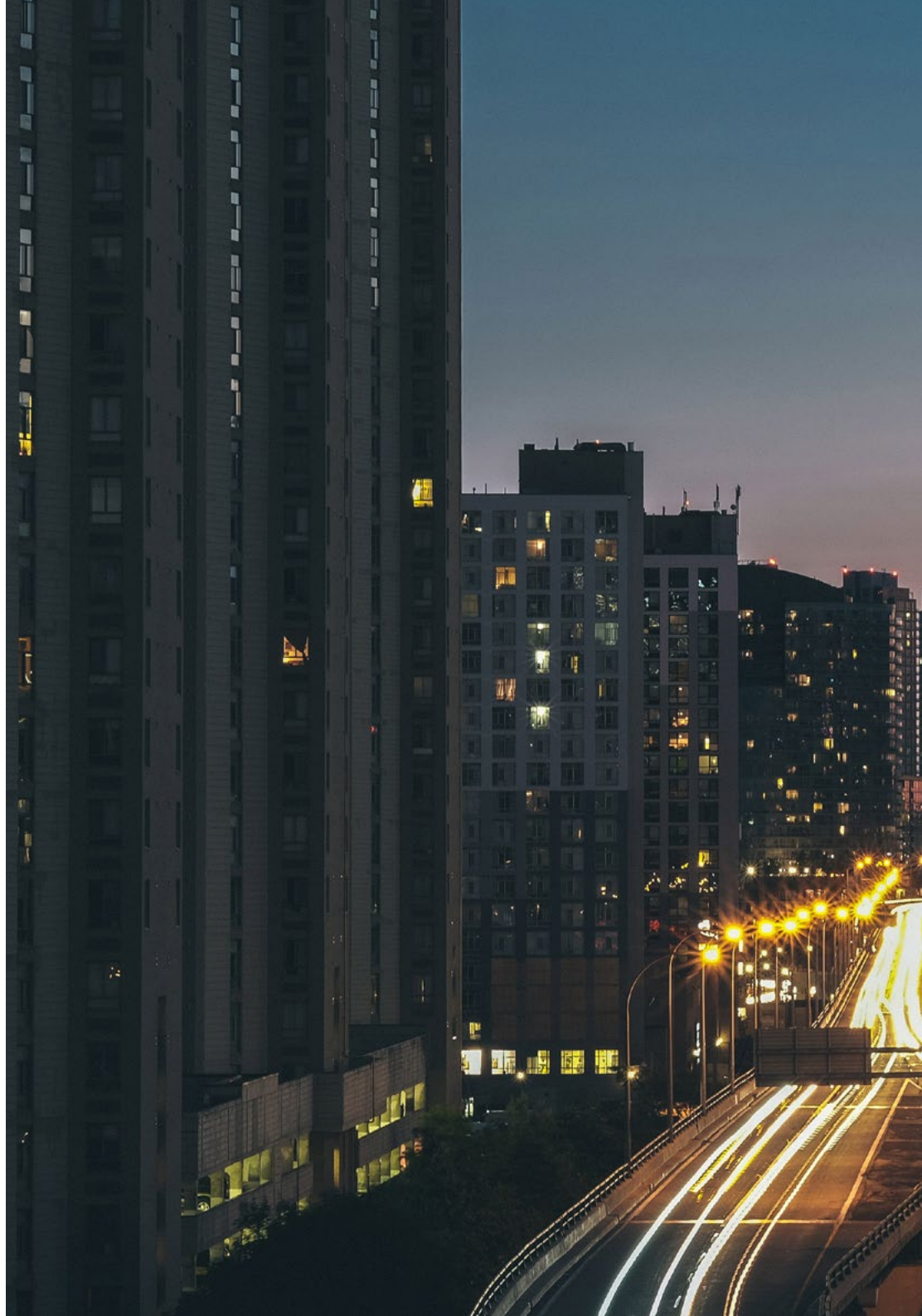
Pays	Ville
Espagne	La Corogne

Adresse: Centro Comercial Los Rosales. Local 13A. Ronda de Outeiro 419. 15011-A Coruña

Un projet de communication locale multimédia comprenant la Télévision et la Radio

Formations pratiques connexes:

- Journalisme Radio
- Journalisme Sportif





“

Boostez votre carrière professionnelle grâce à un enseignement holistique, qui vous permet de progresser à la fois sur le plan théorique et pratique”

09

Méthodologie

Ce programme de formation offre une manière différente d'apprendre. Notre méthodologie est développée à travers un mode d'apprentissage cyclique: **le Relearning**.

Ce système d'enseignement est utilisé, par exemple, dans les écoles de médecine les plus prestigieuses du monde et a été considéré comme l'un des plus efficaces par des publications de premier plan telles que le **New England Journal of Medicine**.



“

Découvrez le Relearning, un système qui abandonne l'apprentissage linéaire conventionnel pour vous emmener à travers des systèmes d'enseignement cycliques: une façon d'apprendre qui s'est avérée extrêmement efficace, en particulier dans les matières qui nécessitent la mémorisation”

Étude de Cas pour mettre en contexte tout le contenu

Notre programme offre une méthode révolutionnaire de développement des compétences et des connaissances. Notre objectif est de renforcer les compétences dans un contexte changeant, compétitif et hautement exigeant.

“

Avec TECH, vous pouvez expérimenter une manière d'apprendre qui ébranle les fondations des universités traditionnelles du monde entier”



Vous bénéficierez d'un système d'apprentissage basé sur la répétition, avec un enseignement naturel et progressif sur l'ensemble du cursus.



L'étudiant apprendra, par le biais d'activités collaboratives et de cas réels, à résoudre des situations complexes dans des environnements commerciaux réels.

Une méthode d'apprentissage innovante et différente

Cette formation TECH est un programme d'enseignement intensif, créé de toutes pièces, qui propose les défis et les décisions les plus exigeants dans ce domaine, tant au niveau national qu'international. Grâce à cette méthodologie, l'épanouissement personnel et professionnel est stimulé, faisant ainsi un pas décisif vers la réussite. La méthode des cas, technique qui constitue la base de ce contenu, permet de suivre la réalité économique, sociale et professionnelle la plus actuelle.

“

Notre programme vous prépare à relever de nouveaux défis dans des environnements incertains et à réussir votre carrière”

La méthode des cas est le système d'apprentissage le plus utilisé dans les meilleures écoles de commerce du monde depuis qu'elles existent. Développée en 1912 pour que les étudiants en Droit n'apprennent pas seulement le droit sur la base d'un contenu théorique, la méthode des cas consiste à leur présenter des situations réelles complexes afin qu'ils prennent des décisions éclairées et des jugements de valeur sur la manière de les résoudre. En 1924, elle a été établie comme méthode d'enseignement standard à Harvard.

Dans une situation donnée, que doit faire un professionnel? C'est la question à laquelle nous sommes confrontés dans la méthode des cas, une méthode d'apprentissage orientée vers l'action. Tout au long du programme, les étudiants seront confrontés à de multiples cas réels. Ils devront intégrer toutes leurs connaissances, faire des recherches, argumenter et défendre leurs idées et leurs décisions.

Relearning Methodology

TECH combine efficacement la méthodologie des études de cas avec un système d'apprentissage 100% en ligne basé sur la répétition, qui associe 8 éléments didactiques différents dans chaque leçon.

Nous enrichissons l'Étude de Cas avec la meilleure méthode d'enseignement 100% en ligne: le Relearning.

En 2019, nous avons obtenu les meilleurs résultats d'apprentissage de toutes les universités en ligne du monde.

À TECH, vous apprenez avec une méthodologie de pointe conçue pour former les managers du futur. Cette méthode, à la pointe de la pédagogie mondiale, est appelée Relearning.

Notre université est la seule université autorisée à utiliser cette méthode qui a fait ses preuves. En 2019, nous avons réussi à améliorer les niveaux de satisfaction globale de nos étudiants (qualité de l'enseignement, qualité des supports, structure des cours, objectifs...) par rapport aux indicateurs de la meilleure université en ligne.





Dans notre programme, l'apprentissage n'est pas un processus linéaire, mais se déroule en spirale (apprendre, désapprendre, oublier et réapprendre). C'est pourquoi nous combinons chacun de ces éléments de manière concentrique. Cette méthodologie a permis de former plus de 650.000 diplômés universitaires avec un succès sans précédent dans des domaines aussi divers que la biochimie, la génétique, la chirurgie, le droit international, les compétences en gestion, les sciences du sport, la philosophie, le droit, l'ingénierie, le journalisme, l'histoire, les marchés financiers et les instruments. Tout cela dans un environnement très exigeant, avec un corps étudiant universitaire au profil socio-économique élevé et dont l'âge moyen est de 43,5 ans.

Le Relearning vous permettra d'apprendre avec moins d'efforts et plus de performance, en vous impliquant davantage dans votre spécialisation, en développant un esprit critique, en défendant des arguments et en contrastant les opinions: une équation directe vers le succès.

D'après les dernières preuves scientifiques dans le domaine des neurosciences, non seulement nous savons comment organiser les informations, les idées, les images et les souvenirs, mais nous savons aussi que le lieu et le contexte dans lesquels nous avons appris quelque chose sont fondamentaux pour notre capacité à nous en souvenir et à le stocker dans l'hippocampe, pour le conserver dans notre mémoire à long terme.

De cette manière, et dans ce que l'on appelle Neurocognitive context-dependent e-learning, les différents éléments de notre programme sont reliés au contexte dans lequel le participant développe sa pratique professionnelle.

Ce programme offre le meilleur support pédagogique, soigneusement préparé pour les professionnels:



Support d'étude

Tous les contenus didactiques sont créés par les spécialistes qui enseigneront le cours, spécifiquement pour le cours, afin que le développement didactique soit vraiment spécifique et concret.

Ces contenus sont ensuite appliqués au format audiovisuel, pour créer la méthode de travail TECH en ligne. Tout cela, avec les dernières techniques qui offrent des pièces de haute qualité dans chacun des matériaux qui sont mis à la disposition de l'étudiant.



Cours magistraux

Il existe des preuves scientifiques de l'utilité de l'observation par un tiers expert.

La méthode "Learning from an Expert" renforce les connaissances et la mémoire, et donne confiance dans les futures décisions difficiles.



Pratiques en compétences et aptitudes

Les étudiants réaliseront des activités visant à développer des compétences et des aptitudes spécifiques dans chaque domaine. Des activités pratiques et dynamiques pour acquérir et développer les compétences et aptitudes qu'un spécialiste doit développer dans le cadre de la mondialisation dans laquelle nous vivons.



Lectures complémentaires

Articles récents, documents de consensus et directives internationales, entre autres. Dans la bibliothèque virtuelle de TECH, l'étudiant aura accès à tout ce dont il a besoin pour compléter sa formation.





Case studies

Ils réaliseront une sélection des meilleures études de cas choisies spécifiquement pour ce diplôme. Des cas présentés, analysés et tutorés par les meilleurs spécialistes de la scène internationale.



Résumés interactifs

L'équipe TECH présente les contenus de manière attrayante et dynamique dans des pilules multimédia comprenant des audios, des vidéos, des images, des diagrammes et des cartes conceptuelles afin de renforcer les connaissances. Ce système éducatif unique pour la présentation de contenu multimédia a été récompensé par Microsoft en tant que "European Success Story".



Testing & Retesting

Les connaissances de l'étudiant sont périodiquement évaluées et réévaluées tout au long du programme, par le biais d'activités et d'exercices d'évaluation et d'auto-évaluation, afin que l'étudiant puisse vérifier comment il atteint ses objectifs.



10 Diplôme

Le diplôme de Mastère Hybride en Journalisme Radio garantit, en plus de la formation la plus rigoureuse et actualisée, l'accès à un diplôme de Mastère Hybride délivré par TECH Université Technologique.



“

Terminez ce programme avec succès et obtenez votre diplôme universitaire sans avoir à vous déplacer ou à passer par des procédures fastidieuses”

Ce diplôme de **Mastère Hybride en Journalisme Radio** contient le programme le plus complet et le plus actuel sur la scène professionnelle et académique.

Une fois que l'étudiant aura réussi les évaluations, il recevra par courrier, avec accusé de réception, le diplôme de Mastère Hybride correspondant délivré par TECH.

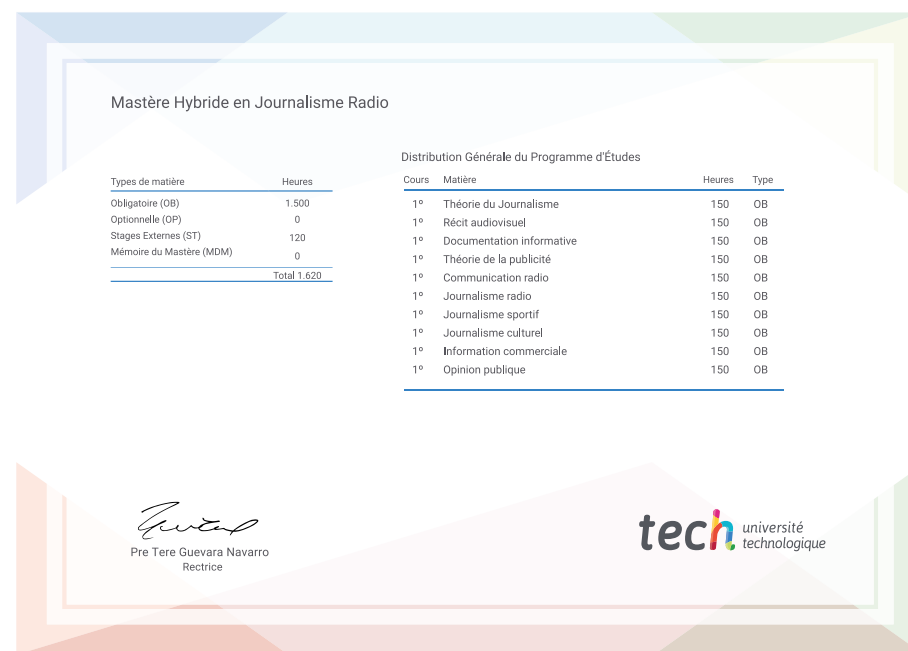
En plus du Diplôme, vous pourrez obtenir un certificat, ainsi qu'une attestation du contenu du programme. Pour ce faire, vous devez contacter votre conseiller académique, qui vous fournira toutes les informations nécessaires.

Diplôme: **Mastère Hybride en Journalisme Radio**

Modalité: **Hybride (en ligne + Stage Pratique)**

Durée: **12 mois**

Diplôme: **TECH Université Technologique**



future
santé confiance personnes
éducation information tuteurs
garantie accréditation enseignement
institutions technologie apprentissage
communauté engagement
service personnalisé innovation
connaissance présent qualité
en ligne formation
développement institutions
classe virtuelle langues

tech université
technologique

Mastère Hybride
Journalisme Radio

Modalité: Hybride (en ligne + Stage Pratique)

Durée: 12 mois

Diplôme: TECH Université Technologique

Heures de cours: 1.620 h.

Mastère Hybride

Journalisme Radio

