

5.00 crédits

30.0 h + 4.0 h

Q2

Enseignants	Wiard Victor ;
Langue d'enseignement	Français
Lieu du cours	Bruxelles Saint-Louis
Acquis d'apprentissage	<p>A la fin de cette unité d'enseignement, l'étudiant est capable de :</p> <p>L'UE d'Analyse des institutions médiatiques a pour objectif général de familiariser les étudiant.e.s avec le monde des médias tout en développant leurs compétences d'analyse critique de l'environnement médiatique.</p> <p>L'UE vise plus particulièrement les objectifs suivants :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. fournir aux étudiant.e.s un ensemble d'outils conceptuels et d'informations factuelles pour comprendre et analyser les institutions médiatiques (belges, européennes, mondiales), y compris dans leurs évolutions numériques ; 2. familiariser les étudiant.e.s avec les logiques sociales, économiques, politiques et technologiques qui traversent le monde des médias, y compris les grands acteurs de l'internet ; 3. inciter les étudiant.e.s à suivre l'actualité de manière approfondie au travers d'une lecture régulière et critique de la presse, développer leurs compétences de compréhension et de synthèse des informations d'actualité ; 4. permettre aux étudiant.e.s un échange avec des professionnels du monde des médias afin de comprendre les évolutions et les facteurs régissant la pratique de leur métier.
Modes d'évaluation des acquis des étudiants	<p>L'évaluation comprend différents volets, pondérés comme suit :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Trois tests d'actualité (10% + 10% + 10% de la note finale) - Un examen écrit (70% de la note finale) <p>L'ensemble des consignes pour les différents volets se trouve sous forme très détaillée sur Moodle et seront explicitées en séance de cours et de TP.</p>
Méthodes d'enseignement	<p>Descriptif du cours magistral :</p> <p>Exposé de la matière avec support visuel (Powerpoint) et exemplifié par des ressources extérieures (vidéos, documentaires, sons, images, articles de presse, etc.). L'ensemble de ces ressources est disponible sur Moodle. Les étudiants devront parfois préparer la séance en lisant un article (scientifique) ou en visionnant une vidéo.</p> <p>Descriptif des interventions :</p> <p>Des intervenants (chercheurs, experts des médias, journalistes et autres professionnels) sont invités dans le cadre du cours à présenter leur travail, leur organisation où un sujet en lien avec leur expertise. Les interventions font partie intégrante de la matière.</p> <p>Descriptif des TPs :</p> <p>Les séances de travaux pratiques concernent un aspect particulier de l'UE : la connaissance et le suivi de l'actualité, au travers de trois tests d'actualité et d'un travail de revue de presse. Les étudiants participeront à un test d'actualité en vue d'évaluer leur connaissance de l'actualité sociale, politique, économique, culturelle et médiatique. Selon les cas, le test comprendra des QCM ou des vrai/faux, des dépêches ou brèves à trous, des « who's who », des questions du type « qui a dit/fait quoi », des photos à reconnaître... Les consignes et les « bonnes pratiques » en matière de suivi et d'analyse critique de l'actualité feront l'objet d'une séance de TP en amont.</p>
Contenu	<p>L'UE traite des thèmes suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les groupes médiatiques belges et l'offre de médias en Belgique : les groupes et titres de la presse écrite, les éditeurs, services et distributeurs de radio-télévision (publique et privée), les nouveaux acteurs de l'information, la présence numérique des médias belges ; - Les groupes médiatiques européens et mondiaux, leurs actionnariats, leurs logiques constitutives (diversification, concentration, financiarisation, internationalisation), les implications sociales, culturelles et politiques de ces différentes logiques ; - Les spécificités économiques du bien « média », les coûts et les recettes des médias, les aides à la presse, les modèles économiques de la « gratuité », l'économie de l'attention ; - Les acteurs sur le Web (Facebook, Google, etc.) et les nouvelles plateformes de distribution de contenus (par exemple Netflix), leurs modèles économiques (en lien avec les choix techniques), les implications pour les consommateurs (par exemple, la question de la collecte de données personnelles) ; - L'industrie publicitaire, la publicité sur internet et les médias sociaux, l'influence de la publicité sur les logiques de production, de distribution et de programmation ;

	<ul style="list-style-type: none">- La régulation des médias : l'auto-régulation (e.g. Conseil de déontologie journalistique), les instances de régulation (CSA), la régulation par le public, la question de la responsabilité sociale des médias ;- La connaissance et le suivi de l'actualité sociale, politique, économique, culturelle et médiatique, au travers de tests d'actualité et d'un exercice de revue de presse.
Faculté ou entité en charge:	ESPB

Programmes / formations proposant cette unité d'enseignement (UE)				
Intitulé du programme	Sigle	Crédits	Prérequis	Acquis d'apprentissage
Bachelier en langues et lettres françaises et romanes, orientation générale	ROMB1BA	5		
Bachelier en histoire	HISB1BA	5		
Bachelier en information et communication	COMB1BA	5		
Bachelier en information et communication (français-anglais)	COAB1BA	5		
Bachelier en information et communication (français-néerlandais-anglais)	COTB1BA	5		
Bachelier en sociologie et anthropologie	SOCB1BA	5		
Bachelier en sociologie et anthropologie (français-anglais)	SOAB1BA	5		
Bachelier en sociologie et anthropologie (français-néerlandais-anglais)	SOTB1BA	5		
Bachelier en sciences politiques, orientation générale	SPOB1BA	5		
Bachelier en sciences politiques, orientation générale (français-anglais)	SPAB1BA	5		
Bachelier en sciences politiques, orientation générale (français-néerlandais-anglais)	SPTB1BA	5		