




3.00 crédits	15.0 h	Q2
--------------	--------	----

Enseignants	Grosjean Gaspard (supplée Standaert Olivier) ;Rosenblatt Stéphane (supplée Standaert Olivier) ;Standaert Olivier ;
Langue d'enseignement	Français
Lieu du cours	Louvain-la-Neuve
Thèmes abordés	Le cours vise à donner aux étudiants-e-s les compétences pour articuler leurs pratiques journalistiques aux concepts, ressources et méthodes permettant de comprendre le fil socio-démographique, les usages et les évolutions des audiences face aux médias d'information. Ancré dans les approches spécifiques à l'Information et communication et aux <i>Journalism studies</i> - telles que l'audimétrie (traditionnelle et numérique), les études de réception, l'analyse croisée des stratégies éditoriales et marketing -, le cours s'appuie également sur des cadres relevant de la sociologie des publics et des usages des technologies de l'information et de la communication.
Acquis d'apprentissage	<p><b>A la fin de cette unité d'enseignement, l'étudiant est capable de :</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>intégrer à sa pratique journalistique et à ses réflexions/productions personnelles un positionnement argumenté sur l'appariement entre un projet éditorial et ses audiences;</li> <li>maîtriser les principaux concepts et les principales ressources et méthodes et méthodes permettant d'étudier et de définir les audiences des médias d'information;</li> <li>déployer un regard prospectif et critique sur les évolutions de ce domaine d'étude dans le contexte de transformation des modèles d'affaires et éditoriaux des médias d'information.</li> </ol>
Modes d'évaluation des acquis des étudiants	Le cours fait l'objet d'une évaluation continue, par l'entremise de travaux à rendre avant la session d'examen et pour lesquels les étudiants reçoivent une appréciation individualisée. En seconde session, les étudiants représentent le/les travaux en échec selon les mêmes modalités et au départ d'un sujet fixé par l'enseignant.
Méthodes d'enseignement	Le cours se donne via des séances magistrales (en présentiel si les conditions sanitaires le permettent, via Teams dans le cas contraire). Les ressources et documents utiles sont postés sur Moodle et viennent <u>compléter</u> la prise de note en séance.
Contenu	Ce cours vise à donner aux étudiants les compétences pour articuler leur pratique journalistique aux concepts, ressources et méthodes permettant de comprendre le profil socio-démographique, les usages et les évolutions des audiences face aux médias d'information. Situé dans un contexte et des approches propres aux Sciences de l'information et de la communication et aux <i>Journalism Studies</i> , telles que l'audimétrie (traditionnelle et numérique), les études de réception, l'analyse croisée des stratégies éditoriales et marketing, il s'appuie également sur des cadres propres à la sociologie des publics et des usages des technologies de l'information et de la communication
Ressources en ligne	Les étudiants ont accès aux supports de cours et aux ressources nécessaires à la réalisation des travaux d'évaluation continue sur l'espace Moodle du cours.
Faculté ou entité en charge:	COMU

<b>Programmes / formations proposant cette unité d'enseignement (UE)</b>				
Intitulé du programme	Sigle	Crédits	Prérequis	Acquis d'apprentissage
Master [120] en histoire de l'art et archéologie, orientation musicologie	MUSI2M	5		
Master [60] en histoire de l'art et archéologie, orientation musicologie	MUSI2M1	5		
Master [120] en journalisme	EJL2M	3		
Master [60] en information et communication [- Transition]	COMU2M1	5		