



Projet de Master en Formation Continue

Nanjing – République Populaire de Chine

Master International Management des Médias

Partenaires :

- **Université Lille 1 (IAE)**
- **Ecole Supérieure de Journalisme de Lille (ESJ)**
- **Université de Nanjing (Ecole de Journalisme)**

Projet Master en formation continue

République Populaire de Chine – Nanjing

Master International Management des Médias

Durée : 24 mois à partir de septembre 2009

Il s'agit de proposer à Nanjing (Nankin) notre Master International Management des Médias (porté l'IAE de l'Université Lille 1), une **formation continue** ouverte, sous conditions d'admission, aux **cadres des médias chinois**. Cette formation sera à la fois qualifiante (ESJ) et diplômante (Lille 1).

Merci par avance de l'intérêt que vous lui porterez.

Fabrice Caudron

Directeur du Master International Management des Médias

Sommaire

1. Présentation du partenariat et des partenaires	2
1.1. Le partenariat	2
1.2. Partenaires français : Université Lille 1 – IAE / ESJ de Lille.....	2
1.3. Partenaire chinois : l'Université de Nanjing	3
2. Modalités de fonctionnement	4
2.1. Gestion financière.....	4
2.2. Les objectifs pédagogiques.....	4
2.3. Les intervenants.....	4
2.4. Les modalités de sélection, d'évaluation et de suivi administratif	5

Annexe 1 : convention de partenariat

Annexe 2 : maquette du master

1. Présentation du partenariat et des partenaires

Depuis 2004, la logique partenariale du diplôme repose sur l'association de l'ESJ Lille et de Lille 1 (IAE), auxquels sont systématiquement agrégés des partenaires locaux. Pour le présent dossier, il s'agit de l'Université de Nanjing.

1.1. Le partenariat

Le Master en Management des Médias est une formation continue diplômante, sanctionnée par un Master 2 de l'Université Lille 1 (60 E.C.T.S.). Les enseignements de ce Master seront co-délivrés par l'ESJ Lille et par l'IAE de Lille côté français et par l'Université de Nanjing côté chinois. Ces enseignements seront dispensés sous la forme d'une série de 7 Unités d'Enseignement soit 14 EC centralisés de quatre à cinq jours de cours chacun.

Ce Master porte sur des enseignements professionnels à destination des cadres de la presse chinoise et propose un tutorat visant à favoriser le développement de projets. Les modules d'enseignement (E.C.) sont conçus en fonction des besoins spécifiques du secteur média chinois. Les mémoires de fin de Master viendront valider la mise en œuvre pendant deux ans d'un projet de management précis pour chaque cadre/étudiant. Au niveau professionnel, chaque étudiant inscrit dans le programme devra élaborer et mettre en œuvre un projet pour améliorer sa propre pratique du management dans son média et construire ainsi un modèle économique viable de sa structure. La formation est ainsi directement ancrée dans la réalité des médias chinois.

Les partenaires chinois assureront l'accueil des enseignements. Certains E.C. à caractère professionnalisant s'effectueront directement au sein des entreprises de presse. En l'occurrence nous proposons de mettre en place une série de missions de tutorat individualisées pour accompagner l'élaboration et la mise en œuvre des projets de chacun des cadres/étudiants du programme. En outre, les tuteurs resteront disponibles pour accompagner les cadres/étudiants entre deux missions à Nanjing via notre plate-forme internet (Moodle).

Pour mener à bien ce projet, l'IAE et ESJ Lille proposent de s'associer à l'Université de Nanjing.

1.2. Partenaires français : Université Lille 1 – IAE / ESJ de Lille

Ce diplôme à vocation internationale est délivré depuis cinq ans par l'Université Lille 1. Il s'agit d'un partenariat entre l'IAE, composante de l'Université Lille 1, et l'Ecole Supérieure de Journalisme de Lille d'une part, et d'autre part des centres de formation locaux où ce programme est développé. Il est destiné à un public en formation continue, plus précisément des cadres en situation de responsabilité dans des entreprises de presse.

L'IAE et l'ESJ Lille mènent conjointement depuis 5 ans, ce Master International Management des Médias en Chine, pour les cadres du *Shanghai Media and Entertainment Group*, le second groupe de médias audiovisuels chinois.

La première promotion de 35 auditeurs a été diplômée en octobre 2004. Depuis le programme a été également développé dans la province du Yunnan (Kunming), le partenaire institutionnel demeurant pour l'occasion l'Université de Shanghai. Nous en sommes aujourd'hui à la 4^{ème} promotion à Shanghai et à la 3^{ème} promotion dans le Yunnan. Ce Master est en cours de développement dans d'autres universités chinoises mais aussi dans d'autres pays.

Notre proposition s'appuie sur :

- **L'expérience internationale diversifiée de l'ESJ Lille et de l'IAE dans la formation des cadres de presse.** L'IAE a développé depuis sa création des formations diplômantes en management, en marketing et en communication délocalisées à l'étranger, notamment en Afrique. L'ESJ, elle, a créé il y a 15 ans, un cycle de formation continue, "Journalistes cadres dirigeants des médias" qui a permis de former 150 cadres des médias français, mais aussi de très nombreux professionnels belges, suisses, polonais, vietnamiens.
- **Des enseignants-chercheurs de l'IAE,** maîtrisant les problématiques spécifiques liées au développement des médias chinois.
- **L'expertise dans le secteur média en Chine de l'ESJ Lille et de l'IAE.**

Les partenaires français assureront 4 des 7 U.E. (soit 8 E.C. sur 14).

1.3. Partenaire chinois : l'Université de Nanjing

L'Université Nanjing, créée en 1902 et située dans la ville de Nanjing (Nankin), est une institution d'enseignement supérieur parmi les plus vieilles de Chine. Elle est devenue la première université chinoise moderne au début des années 1920. Elle est aujourd'hui l'une des plus prestigieuses universités chinoises. Elle propose des formations multidisciplinaires au sein de 23 facultés, 65 départements différents et 80 spécialités en Licence, 213 en Master, 147 en Doctorat et 23 en post-doctorat, et 119 Instituts de recherche. Elle possède une équipe de 1990 enseignants, dont 741 sont professeurs, et 682 sont habilités à diriger la recherche. L'université accueille actuellement 27600 étudiants, dont 11316 en Master et Doctorat.

L'université Nanjing est aussi reconnue pour ses expériences d'échanges et coopérations à l'échelle internationale. Depuis 1979, elle a établi des coopérations avec 29 pays étrangers dont les États-Unis, le Canada, le Royaume-Uni, la France, l'Allemagne, le Japon, l'Australie, et plus que 200 universités et institutions de recherche, dont 13 établissements français (École Normale Supérieure de Paris, L'Université de Paris VIII, Paris X-Nanterre, Paris XII-Val de Marne, L'Université de Strasbourg II etc.) et a accueilli environ 6000 étudiants étrangers.

La formation au journalisme existe depuis 1958 au sein de L'Université Nanjing, mais le département de journalisme et communication a été fondé en 1992, sous la direction de M. Fang Yanming.

Actuellement, ce département est composé de 3 formations : la filière « journalisme », la filière « communication » et la filière « publicité ». Le département comporte également 1 centre et 4 instituts de recherche. L'équipe d'enseignement comprend 33 enseignants, dont 9 professeurs. Le département compte 1000 étudiants, dont 150 en master.

Le département de journalisme et communication est partenaire avec de nombreux groupes de média locaux et nationaux, comme ***l'agence Xinhua*** (qui est une agence de presse officielle de la République populaire de Chine qui figure parmi les plus grandes agences de presse), la société de télévision régionale Jiang Su, qui offrent des opportunités de stages et d'emplois pour les étudiants.

Ce département forme des futurs cadres dans le domaine des médias, principalement les agences de presse et des médias audiovisuelles importantes, dont les leaders nationaux, comme l'agence Xinhua, CCTV, « Ren Min Ren Bao », etc.

Depuis 5 ans, le département de journalisme et communication s'est affirmé notamment par sa contribution à la recherche et également ses expériences internationales, dont le programme master de journalisme délocalisé en Malaisie visant à former les cadres de la presse malaisienne depuis 2006. Notre partenaire référent sur place est une diplômée de l'ESJ Lille.

2. Modalités de fonctionnement

2.1. Gestion financière

Le financement de la formation sera assuré par les médias d'appartenance des cadres/étudiants participant à la formation. Les aspects financiers seront gérés par l'Université de Nanjing. L'IAE facturera, pour Lille 1, les prestations des différents intervenants. Le projet prévoit également le versement de droits d'inscriptions à Lille 1, permettant de couvrir ainsi les coûts administratifs afférents au projet.

2.2. Les objectifs pédagogiques

Objectif 1

Décerner un diplôme en formation continue de l'Université française aux cadres de la presse chinoise qui auront satisfait aux exigences de la formation. Rappelons que ce diplôme vise à développer les compétences managériales des cadres de presse chinois.

Objectif 2

Présenter et faire partager des expériences et des pratiques françaises et européennes en management des entreprises de presse, pour encourager les cadres de la presse congolaise à transférer des bonnes pratiques de gestion et à construire un modèle économique viable pour une presse libre et diversifiée.

Objectif 3

Permettre aux cadres d'améliorer leurs savoirs et compétences en matière de management, en dispensant un enseignement adapté et utilisable par eux dans leurs médias respectifs.

Objectif 4

Offrir à chaque étudiant la possibilité d'améliorer concrètement sa propre pratique du management au sein de son entreprise de presse à travers un projet tutoré individuel. Ce projet sera défini au début de la formation et mis en place par chaque étudiant pendant les deux ans du programme. La réussite de ce projet sera sanctionnée par un mémoire professionnel de fin de master.

2.3. Les intervenants

Pour l'IAE

La constitution de l'équipe pédagogique de l'IAE répond à deux objectifs : une équipe pédagogique restreinte afin de faciliter la coordination et des enseignants-chercheurs qui connaissent le pays de destination.

- **Xavier Lecocq**, Professeur des Universités, directeur des relations internationales de l'IAE, management stratégique.
- **Fabrice Caudron**, Maître de conférences, directeur du Master International Management des Médias, coordinateur pédagogique et président du jury.
- **Zhen Zhong**, Allocataire-monitrice, Suivi de mémoire et gestion de la plateforme Moodle.
- **Jean-Louis Prinnet**, Maître de conférences, Management comptable et financier, jeu d'entreprise.
- **Patrice Lecomte**, PRCE, Management comptable et financier, jeu d'entreprise.
- **Frédéric Sauvage**, Maître de conférences, Management et ressources humaines.

Pour l'ESJ

Pour l'ESJ, Yves Renard, Directeur des relations internationales, assurera la coordination pédagogique à partir du corps professoral de l'ESJ, composé essentiellement de cadres des médias français.

Pour l'Université de Nanjing

Les intervenants sont issus du département de journalisme de l'Université de Nanjing.

2.4. Les modalités de sélection, d'évaluation et de suivi administratif

Sélection

La formation est destinée aux cadres des médias chinois (presse écrite, télévision, radio, agences de presse, internet), journalistes ou non, titulaires d'un diplôme équivalent à Bac +4 et possédant une expérience professionnelle d'au moins cinq ans ; certains candidats pourront bénéficier d'une VAP après étude de leur dossier. Les étudiants seront sélectionnés par un jury composé des représentants de Lille 1 (IAE), de l'ESJ et de l'Université de Nanjing. Le jury sera présidé par le directeur de la formation, Fabrice Caudron, maître de conférences à Lille 1.

Compte tenu des contraintes pédagogiques d'encadrement, et notamment de la nécessité de faire un suivi individualisé, la promotion n'excédera pas 30 étudiants. Néanmoins, au-delà des bénéficiaires directs du projet ce sont des centaines de professionnels des médias chinois qui bénéficieront de cette formation dispensée à leur encadrement.

Evaluation

Le contenu de la formation est regroupé dans 7 UE (Unité d'Enseignement) comprenant 14 E.C. de 30 heures/TD et un projet tutoré. Ces sept UE représentent au total 60 points ECTS. Huit des E.C. seront assurés par des intervenants de l'IAE et de l'ESJ Lille. Six E.C. seront confiés au partenaire chinois.

L'évaluation des étudiants sera organisée pour 20% en contrôle continu et 80% par un examen final E.C. par E.C. Le mémoire de fin d'études portera sur le projet tutoré de chaque étudiant. Il fera l'objet d'une soutenance orale et représente douze crédits ECTS sur les soixante crédits de l'évaluation finale. Nous respectons ainsi scrupuleusement les modalités d'évaluation du diplôme proposés dans la maquette d'habilitation française. A l'issue de la formation, le Master, Mention Marketing - Communication, Spécialité Marketing Communication Culture, Parcours optionnel International Management des Médias (i2M) sera délivré aux étudiants reçus.

Le jury de délivrance du diplôme sera présidé par un enseignant-chercheur de Lille 1 (IAE) et se composera des professionnels et enseignants de l'IAE, de l'ESJ, de l'Université de Nanjing, à raison d'un représentant par institution. En cas d'échec de l'étudiant, une session de rattrapage est proposée.

Suivi administratif et évaluation du dispositif de formation

Les étudiants rempliront les dossiers administratifs fournis par l'IAE et seront inscrits à Lille 1 au titre de la formation continue. Le coût de leur formation est pris en charge par leur entreprise de presse.

La présidence du jury et la direction de la formation sont assurées par Fabrice Caudron, maître de conférences à Lille 1 (IAE).

Du point de vue logistique, les partenaires chinois assurent pleinement l'accueil matériel des enseignements. Des missions intermédiaires d'évaluation et de suivi du dispositif sont prévues régulièrement.

L'évaluation du dispositif sera assurée tout au long de la formation avec des déplacements réguliers sur place du responsable de la formation et d'enseignants-chercheurs de Lille 1 (IAE).

Annexe 1

Convention de partenariat

Convention pour un programme conjoint en
Master « international management des médias »

Partenaires :

Ecole de journalisme et de communication de l'Université de Nanjing,

Institut d'Administration des Entreprises de l'Université Lille 1

Ecole supérieure de journalisme de Lille

Cet accord vise à mettre en œuvre à l'Université de Nanjing (République populaire de Chine) le Master Sciences, Mention «Marketing Communication », Spécialité « Marketing - Communication - Culture (MCC) », Parcours optionnel « International management des médias (I2M) », de l'Université Lille 1, habilitée à délivrer ce diplôme par un arrêté du ministère de l'Education nationale, de l'Enseignement supérieur et de la Recherche en date du 12 septembre 2006.

Les partenaires de cette filière sont l'Ecole de journalisme et de communication de l'Université de Nanjing, l'Institut d'Administration des Entreprises de l'Université de Lille 1 (IAE de Lille 1) et l'Ecole supérieure de journalisme de Lille (ESJ Lille).

I. Durée de la formation

La durée de la formation est de 15 mois à 18 mois, comprenant la formation à Nanjing (République populaire de Chine, Province du Jiangsu) et un éventuel voyage d'étude en France. Il est prévu que la première promotion du Master démarrera au cours du deuxième semestre 2009 à Nanjing.

II. Modules

Les partenaires se sont mis d'accord sur douze (12) modules de formation et un (1) projet tutoré (mémoire) pour chacune des promotions. La partie chinoise est responsable de six (6) modules et de l'enseignement des langues optionnel.

Les six (6) autres modules sont assurés par :

- L'Institut d'Administration des Entreprises de Lille (3 modules),
- L'Ecole Supérieure de Journalisme de Lille (3 modules).

Une concertation entre les partenaires doit permettre de définir les modules qu'assurera chaque partie, dans le cadre de l'habilitation du diplôme.

III. Interprétariat

1. Les interprètes sont proposés par la partie chinoise.

2. Afin d'améliorer la qualité de la traduction, il est prévu que les parties françaises fournissent à la partie chinoise un programme et des supports pédagogiques quatre (4) semaines avant le déroulement de chaque module; que les enseignants français arrivent à Nanjing une journée avant le début de chaque séminaire afin de communiquer avec l'interprète et avec les responsables chinois de la filière.

3. Des professionnels invités par la Partie chinoise pourront assister aux cours pour s'assurer de la fidélité et de la qualité de la traduction.

IV. Conditions d'admission

Les candidats doivent :

1. Etre titulaire d'un diplôme de licence ou supérieur à la licence chinoise

(Benke correspondant au niveau bac + 4 français).

2. Avoir quatre (4) années ou plus de quatre années d'expérience professionnelle dans les médias.

V. Nombre d'étudiants

Il est fixé à un minimum de vingt (20) étudiants par promotion et à un maximum de quarante (40).

VI. Organisation du recrutement

La partie chinoise est chargée de la communication, des inscriptions et de la perception des frais de scolarité. Les entretiens d'admission seront assurés par la partie chinoise. Les inscriptions seront validées sur dossier par les parties françaises.

VII. Diplômes

Quand un étudiant a suivi les douze (12) modules et a soutenu son mémoire, l'Université de Lille délivre un *Master Sciences, Mention « Marketing Communication », Spécialité « Marketing - Communication - Culture (MCC) », Parcours optionnel « International management des médias (I2M) »* et une certification professionnelle de Master est délivrée par l'Ecole supérieure de journalisme de Lille.

VIII. Evaluation de la qualité de la formation

1. Un comité scientifique composé des responsables français et chinois de la filière évaluera le programme en cours et/ou à la fin de chaque promotion pour améliorer la qualité de la filière et en perfectionner les méthodes et les contenus pédagogiques, en Chine et en France.
2. À la fin de chaque module d'enseignement, une évaluation sera demandée aux étudiants sur la qualité de la formation et la prestation des intervenants, selon une grille définie en commun par les partenaires.
3. A l'issue de chaque module, il est prévu que les intervenants chinois et français rédigent un compte-rendu de formation qui sera communiqué dans les meilleurs délais aux responsables chinois et français.

IX. Budget

Les modalités de prise en charge financière des coûts liés à la participation de l'IAE de Lille 1 et de l'ESJ Lille sont définies en annexe d'un commun accord entre les parties.

Les frais d'études et de voyage sont entièrement pris en charge par les étudiants et/ou leur employeur. Les frais de scolarité seront à déterminer en fonction du budget et des réglementations en vigueur.

X. Règlement des différends

Les parties qui signent le présent accord doivent en respecter rigoureusement les dispositions et discuter amicalement pour résoudre tout problème ou toute ambiguïté.

XI. Dispositions particulières

La présente convention est rédigée à la fois en chinois et en français, les deux versions ont la même valeur juridique.

La présente convention est signée en six (6) exemplaires originaux en français et six (6) exemplaires originaux en chinois.

Les trois parties signataires en seront destinataires.

La présente convention n'entrera en vigueur d'après approbation par les autorités de tutelle de l'Université de Nanjing.

La présente convention est établie pour une durée correspondant à la formation de deux (2) promotions et renouvelable après accord exprès entre les parties.

A Lille, le

Pour l'Ecole de journalisme et de communication de l'Université de Nanjing

M. Fang Yanming, Doyen

Pour l'Université Lille 1

M. Philippe Rollet, Président

Pour l'Ecole supérieure de journalisme de Lille

M. Philippe Vasseur, Président

ANNEXE

1. Déroulement des modules

Chaque expert français interviendra sur cinq (5) jours, à raison de six (6) heures de formation par jour. Les modules pourront être organisés sur cinq jours consécutifs ou avec une interruption d'une journée, sur les jours ouvrables de la semaine ou les week-ends. Les modules à mettre en œuvre par les enseignants chinois se dérouleront selon des modalités définies par la partie chinoise.

II. Préparation pédagogique des modules assurés par les parties françaises

1. Quatre (4) semaines avant le démarrage de chaque module, il est prévu que les parties françaises communiquent à la partie chinoise un programme de la session de formation et les éventuels supports pédagogiques afférents.

2. Il est prévu que la partie chinoise communique aux parties françaises, au moins huit (8) semaines avant le démarrage de chaque module, toutes informations, suggestions et documents susceptibles d'aider à la préparation pédagogique. Dans ce but, les parties françaises transmettront leurs demandes au préalable à la partie chinoise.

III. Evaluation de la qualité de la formation

L'évaluation se fera avec la participation éventuelle des enseignants et des représentants des étudiants. Elle s'appuiera sur les rapports des formateurs et les évaluations demandées aux étudiants.

IV. Budget

1. Le projet est autofinancé par les frais d'inscription des étudiants. La partie chinoise est responsable de la gestion des comptes (revenus et dépenses). Les parties françaises ne font pas d'investissement en capital dans ce projet.

2. Chaque partie française facturera chaque module selon le tarif suivant:

- de 20 à 25 étudiants: 6000 euros

- de 25 à 30 étudiants: 6 500 euros

- 30 étudiants et plus: 7 000 euros.

Cette somme comprend les frais pédagogiques (frais de préparation et d'enseignement), de coordination logistique et de gestion de chacun des partenaires français.

3. La participation d'un représentant de chacun des partenaires français au jury franco-chinois chargé de la soutenance des mémoires des étudiants sera facturée à hauteur de 1 500 € (mille cinq cents euros) par chaque établissement. La mission d'évaluation de la filière pourra être organisée à l'occasion de cette soutenance (voir article 1\1).

4. Les frais de transport France - Nanjing - France, de logement et de repas à Nanjing pour les intervenants de l'IAE de l'Université de Lille 1 et de l'ESJ Lille (trois modules pour chacune des parties françaises et un représentant par établissement pour la soutenance des mémoires) seront couverts par la partie chinoise.

5. Dans l'hypothèse où un voyage serait organisé en France pour les étudiants, l'organisation de ce voyage d'études fera l'objet d'une facturation à hauteur de 6000 € (six mille euros) par l'E8J Lille en frais de conception et d'organisation, hors transport, logement et repas, qui demeurent à la charge des étudiants.

6. Les frais de traduction et d'interprétariat, les frais pour les manuels, les frais de matériel et d'équipement ainsi que les frais imprévus seront à la charge de la partie chinoise.

7. Les honoraires de cours et autres frais seront payés aux enseignants chinois selon les critères chinois.

V. Durée

Cette présente annexe est établie pour une durée correspondant à la formation de deux promotions et elle est renouvelable, après renégociation et accord entre les parties chinoise et françaises.

A Lille, le

Pour l'Ecole de journalisme et de communication de l'Université de Nanjing

M. Fang Yanming, Doyen

Pour l'Université Lille 1

M. Philippe Rollet, Président

Pour l'Ecole supérieure de journalisme de Lille

M. Philippe Vasseur, Président

Annexe 2

Master Sciences

Mention Marketing - communication

Spécialité : Marketing – Communication – Culture (MCC)

Parcours optionnel : International Management des Médias (i2M)

UE 1 Histoire, économie et mondialisation des médias aujourd'hui

Module 1 : Histoire, économie et tendances mondiales des médias aujourd'hui

Les thèmes suivants y seront abordés : Information et marchandise. Histoire et économie générale des médias. Audiovisuel : du monopole à la concurrence. La mondialisation de l'économie des médias. Les concentrations et la constitution de groupes multimédias. Les nouveaux entrepreneurs de presse. La crise de la presse quotidienne dans les pays développés, l'essor de la presse magazine, la diminution des formats en presse quotidienne et magazine. La thématization et le morcellement de l'offre audiovisuelle. Les tendances mondiales et les questions des médias aujourd'hui : quel modèle économique pour Internet ?, le développement de la presse gratuite, l'information en continu.

Objectifs : Sensibiliser les auditeurs à l'économie des médias en tant que secteur d'activité en mutation en proposant des grilles de lecture et des réflexions stratégiques sur les enjeux et les perspectives de l'économie mondiale des médias.

Niveau : Approfondi

Heures : 30 heures, 4 ECTS

Module 2 : Mondialisation et management de la diversité culturelle

L'internationalisation croissante des médias, comme ceux de la presse magazine (déclinaisons internationales de *Elle* ou de *Cosmopolitan*) ou des chaînes d'information en continu (CNN, Al Jazira, France24...). pose le problème de la prise en compte des spécificités culturelles, la langue notamment dans les stratégies des médias internationaux. La difficile émergence de médias africains internationaux met en évidence la nécessité de proposer des approches et des outils de management stratégique et de comparer ces méthodes et ces outils entre médias et entre pays.

Objectifs : Développer et enrichir le management culturel des médias, dans des logiques économiques, éthiques et culturelles.

Niveau : Approfondi

Heures : 30 heures 4 ECTS

UE 2 Stratégies de relations avec les publics

Module 3 : Outils et stratégies marketing

Les outils de base du marketing et leurs applications dans le domaine des médias. Connaître son public : mesures d'audience, panels de lecteurs, sondages, études qualitatives. Comment développer une stratégie orientée vers les lecteurs, les auditeurs, les téléspectateurs ? Comment en assurer la promotion de ses programmes ?

Objectifs : Développer et approfondir la connaissance des outils et des méthodes marketing appliqués aux médias. Approche théorique et pratique à partir de cas d'entreprise de médias différents.

Niveau : Approfondi

Heures : 30 heures 4 ECTS

Module 4 : Stratégies de positionnement et de communication

L'importance des ressources publicitaires pour les médias. Les supports. L'évolution de la répartition du marché publicitaire entre la presse écrite, l'affichage, la radio, la télévision, l'Internet. Les politiques tarifaires. Les rapports avec les annonceurs. Le rôle des régies publicitaires.

Objectifs : Développer des compétences dans la gestion de la publicité comme source de financement des médias. Proposer des outils pour optimiser et rendre cohérente la stratégie de communication d'un média ou d'un produit media.

Niveau : Approfondi

Heures : 30 heures 4 ECTS

UE 3 Management et gestion de la production et de la diffusion

Module 5 : Management et gestion de la production

Management de la chaîne de valeur depuis la collecte de l'information jusqu'à sa diffusion. La maîtrise des flux. La production de l'information et sa mise en forme avec présentation de méthodes différentes d'organisation en presse écrite, en radio, en télévision. Le contrôle de la qualité. La déclinaison de l'information sur différents supports. Les stratégies d'externalisation.

Objectifs : Développer chez les auditeurs des capacités d'analyse, de conception et de mise en œuvre d'organisations logistiques de la chaîne de valeur dans la production des médias. Les sensibiliser aux méthodes de calcul de coûts pour décider de faire ou faire faire

Niveau : Approfondi

Heures : 30 heures 4 ECTS

Module 6 : Stratégies et techniques de diffusion des médias

La part de la diffusion dans les recettes des médias. Diffusion payante et diffusion gratuite en presse écrite, en télévision, sur Internet. Tirage, diffusion, audience. L'organisation de la diffusion en France (NMPP et autres messageries). Vente au numéro, abonnement, portage. Les organismes de contrôle. Le « cross média ».

Objectifs : Développer chez les auditeurs des capacités d'analyse, de conception et de mise en œuvre d'une politique de diffusion dans les médias.

Niveau : Approfondi

Heures : 30 heures 4 ECTS

UE 4 Gestion, management et financement des médias

Module 7 : Comptabilité managériale, gestion financière et contrôle de gestion

Comprendre le bilan d'une entreprise. La trésorerie des entreprises. Les contraintes financières propres aux médias. Le seuil de rentabilité. Les budgets. Les tableaux de bord. Le contrôle de gestion.

Objectifs : Donner aux auditeurs des éléments pour comprendre le fonctionnement financier d'une entreprise, d'en évaluer les risques, d'en planifier et d'en contrôler le développement. Réfléchir sur les nouvelles approches du contrôle de gestion au niveau du management des médias en comparant les pratiques.

Niveau : Approfondi

Heures : 30 heures 4 ECTS

Module 8 : Stratégies financières et développement des médias

L'ingénierie financière des projets de développement des entreprises des médias. Les techniques de planification financière. Les opérations en capital et autres opérations de haut de bilan. Les stratégies de croissance externe et les instruments de gestion des risques. Les différentes sources de financement privées, publiques, nationales, européennes et internationales. L'actionnariat salarié. L'indépendance des médias.

Objectifs : Développer les aptitudes à la planification financière des projets de développement des entreprises de presse tant au niveau des techniques financières que des capacités à identifier et à négocier les moyens de financement adéquats.

Niveau : Approfondi

Heures : 30 heures 4 ECTS

UE 5 Droit et Management des ressources humaines

Module 9 : Droit, éthique et responsabilité des médias

Le droit de la presse : diffamation, injure, droit de réponse, droit à l'image. La propriété intellectuelle et le droit d'auteur. Les réglementations nationales et les instances supranationales. Comparaisons entre les législations et les jurisprudences dans différents pays. Organismes de contrôle et de régulation (CSA, médiateurs, conseils de lecteurs et de téléspectateurs, sociétés de rédacteurs...). Déontologie, contenu et éthique. Les dérapages éthiques et la désaffection du public. Traditions nationales et chartes d'éthique internationales.

Objectifs : Sensibiliser les auditeurs au droit des médias tant au niveau des réglementations et des organismes de régulation dans les différents pays mais également dans le sens du management de la qualité de l'information, de l'éthique et de la bonne gouvernance.

Niveau : Approfondi

Heures : 30 heures 4 ECTS

Module 10 : Management des ressources humaines et évolution des médias

La diversité des statuts. Le contrat de travail. Les politiques de rémunération. L'animation d'une équipe rédactionnelle. La maîtrise des conflits. Théorie et pratique de la négociation. La communication interpersonnelle. L'évolution des technologies du traitement de l'information, la modification des frontières entre les métiers, le management des changements organisationnels.

Objectifs : Développer chez les auditeurs les capacités de concevoir, négocier et mettre en œuvre les politiques de gestion des Ressources Humaines adapté au contexte juridique, économique et culturel des médias évoluant sur un marché en mutation technologique forte.

Niveau : Approfondi

Heures : 30 heures 4 ECTS

UE 6 Management de projets et management stratégique des médias

Module A : Management de projets

Elaborer et mener à bien un projet d'entreprise. L'inscrire dans la durée et susciter l'adhésion de son équipe. La créativité et l'anticipation. Les outils de veille stratégique. Etudes de cas à partir d'exemples de nouvelles formules ou de nouveaux médias.

Objectifs : Développer les connaissances et les aptitudes des auditeurs à mener un projet interne ou externe dans les médias.

Niveau : Approfondi

Heures : 30 heures 4 ECTS

Module B : Management stratégique comparés des médias

Méthode de diagnostic stratégique des entreprises et groupes de médias. Outils d'analyse stratégique (stratégies concurrentielles, groupes stratégiques...). Veille stratégique. Définition des axes de développement et mise en œuvre des politiques. Stratégies d'alliances et mondialisation. Management comparé des médias.

Objectifs : Permettre une vision stratégique globale et transversale de l'entreprise en intégrant les approches fonctionnelles précédentes. Sensibilisation sur les outils d'identification des logiques économiques et des stratégies sectorielles. Croiser les expériences.

Niveau : Approfondi

Heures : 30 heures 4 ECTS

UE 7 Professionnalisation 3 mois minimum

Module A : Projet tutoré mis en place en début de master.

Elaboration d'un projet personnel pour chaque auditeur dans sa propre entreprise de presse. Ce projet devra être mis en œuvre pendant la durée du master dans le cadre d'un stage tutoré, C'est un travail actif de réalisation de projet de management à partir des enseignements reçus et des expériences partagées.

Objectifs : Appliquer concrètement, dans le cadre d'un projet, seul ou en équipe, les enseignements partagés par les auditeurs. Développer les capacités et renforcer les comportements de manager des médias des auditeurs.

Niveau : Approfondi

Crédits : 6 ECTS

Module B : Mémoire professionnel de fin de master

Rédaction et soutenance d'un rapport de projet présenté et soutenu devant un jury de professionnels et d'universitaires. Ce travail devra montrer comment le projet tutoré de chaque auditeur a été mis en application en utilisant les enseignements et les échanges d'expériences dispensés dans les différents modules. Il devra également dresser des projets d'évolution managériale dans la pratique professionnelle de chaque auditeur en mettant en perspectives les enseignements des différents modules.

Objectifs : Développer des aptitudes des auditeurs à la réflexion et à l'analyse scientifique à partir d'un travail d'application sur le terrain.

Niveau : Approfondi

Crédits : 6 ECTS

Délocalisation à l'Université de Nanjing du Master de Management International de Management des Medias de l'IAE

Avis technique du centre international

Rédacteur : François-Olivier Seys

Commentaires du projet :

Ce projet est la délocalisation du Master de Management International des Medias de l'IAE à l'université de Nanjing en Chine. Il est monté en consortium avec l'Ecole Supérieure de Journalisme de Lille. Délocalisé dans une des meilleures universités chinoises, ce projet a pour but de former les cadres des medias chinois pour répondre au développement très rapide de ce secteur en Chine. Par ce projet, Lille 1 va renforcer sa position en Chine et y apparaître encore plus comme un opérateur d'excellence.

Les étudiants chinois s'inscriront en Master à Lille suite à une validation. La mise en place du partenariat se fait sur la base de contenus d'enseignements identique à ceux du master de Lille 1. Toutes les garanties de qualité ont été prises et le projet est conforme à 100% à la charte de délocalisation de diplôme de l'université.

C'est pourquoi, **le centre international émit un avis technique favorable** à la délocalisation Master de Management International des Medias de l'IAE à l'université de Nanjing en Chine.

1. Diplôme décerné et présentation du/des partenaire(s) **Master International de Management des Média.** Il s'agit de mettre en place une formation continue sous condition d'admission. Elle sera à la fois diplômante (Lille 1) et qualifiante (Ecole Supérieure de Journalisme).

Ce projet est commun à Lille 1 et à l'ESJ de Lille ; il a déjà été mis en place dans une autre université chinoise et dans d'autre pays.

Le diplôme sera mis en place à l'université de Nanjing (une des cinq meilleures de Chine) dans la faculté de journalisme.

2. Type d'accord de coopération :

Une convention ad hoc doit être signée avec le partenaire chinois.

3. Nombre d'étudiants concernés par an :

Il a un numérus clausus de 30 étudiants.

4. modalités d'accession au diplôme :

La formation est destinée aux cadres des médias chinois titulaires d'un diplôme équivalent à bac + 4 et possédant une expérience professionnelle de 5 ans au moins. Les étudiants seront sélectionnés par un jury composé de représentants de Lille 1. Certains candidats pourront bénéficier d'une VAP.

5. Nombre d'enseignants de Lille 1 réellement impliqués dans le projet :

Chef de projet : Fabrice Caudron, Maître de Conférences, directeur des études et président de

jury du Master International de Management des Médias. 5 autres enseignants chercheurs de Lille 1 seront associés au projet ainsi qu'une demi-douzaine de formateurs de l'ESJ de Lille.

6. Nombre d'enseignants locaux impliqués dans le projet :

Six collègues chinois de la faculté de journalisme seront associés au projet.

7. Innovation pédagogique par rapport au contenu local des formations :

La mise en place du master apporte une formation qui n'existe pas sous cette forme dans le cursus chinois.

8. Mobilités prévues dans le projet :

10 missions d'enseignants chercheurs français sont prévues, 8 pour enseigner et deux pour l'administration de la filière y compris la tenue du jury.

9. Reconnaissance du diplôme décerné par les autorités locales :

Le diplôme français de Master peut être reconnu par équivalence par les autorités locales conformément à l'accord bilatérale de coopération culturelle, scientifique et technique entre la France et la République Populaire de Chine.

10. Accès des diplômés au marché de l'emploi :

Les perspectives sont très bonnes et la demande semble forte.

11. Valeur ajoutée pour les étudiants :

Sur le marché de l'emploi chinois, un master français apporte aux étudiants une plus value en matière de qualité. Il est perçu comme la certification de compétences opérationnelles réelles alors que les diplômes chinois sont considérés comme très théoriques.

12. Langues d'enseignement : français, locale, anglais :

Les enseignements des enseignants-chercheurs lillois seront donnés en français. Le partenaire chinois mettra en place une interprétation des cours et une traduction des supports pédagogiques en mandarin.

13. Liens avec la recherche (projets en commun) :

Il n'y a pas de projets de recherche en commun.

14. Liens avec les entreprises :

Par la mise en place d'un stage obligatoire, la filière va s'inscrire dans un réseau d'entreprises chinoises.

15. Coût total du projet :

Le coût total du projet est d'environ 80000 €par an

16. Coût par étudiant :

Environ 3000 €par étudiant

17. Coût pour les étudiants :

3000 €par étudiant qui sont très souvent pris en charge par leur entreprise dans le cadre de la formation continue.

18. Pérennité du financement :

Le projet est intégralement autofinancé ; le financement est donc pérenne.

19. Existence d'une structure de veille de la qualité (description) :

L'admission par la commission de validation de Lille 1, l'importance de l'implication des enseignants chercheurs français et la présidence du jury assuré par Fabrice Caudron garantissent le même niveau de qualité qu'à Lille.