

Point inscrit à l'ordre du jour n° 05

Conseil d'administration du 03 novembre 2022

Vu le Code de l'éducation, notamment les articles L. 613-1, 712-3 ; L. 712-6-I ;
Vu le décret n°2016-672 du 25 mai 2016 relatif au diplôme national de master ;
Vu l'arrêté du 25 avril 2002 relatif au diplôme national de master ;
Vu les arrêtés du 22 janvier 2014 fixant le cadre national des formations conduisant à la délivrance des diplômes nationaux de licence, de licence professionnelle et de master ;
Vu les Statuts de l'Université de La Réunion ;
Vu l'avis de la Commission de la formation et de la vie universitaire en date du 18 octobre 2022 ;

Après en avoir délibéré, les membres du Conseil d'administration approuvent les demandes d'accréditation suivantes :

- Licence professionnelle Métiers de la communication : Chargé.e de communication ;
- Master Humanités Numériques.

Les documents sont joints.

Résultat du vote

Vote	électronique					
Nombre de membres présents ou représentés au moment du vote :	31					
N'ayant pas pris part au vote	0					
Nombre de voix	pour	27	contre	0	abstention(s)	4

Fait à Saint-Denis le 15 novembre 2022
Le Président de l'Université de La Réunion

Professeur Frédéric MIRANVILLE



Transmis à la Rectrice de la Région académique de La Réunion, Chancelière des universités le 22 NOV. 2022

Publié au *Recueil des actes administratifs* de l'Université de La Réunion, le 22 NOV. 2022

**Demande de création d'une formation « hors vague »
Diplôme national de DEUST, licence générale et professionnelle, master**

Etablissement : université de La Réunion

Intitulé : licence professionnelle Métiers de la communication : Chargé.e de communication

Restructuration Création

**Domaine (ALL, DEG, SHS ou STS) : SHS :
Culture territoire et sociétés plurielles
dans l'Océan Indien**

Présentation de la formation

Intitulés des parcours types de formation :

Licence professionnelle Métiers de la communication :
Chargé.e de communication

Objectifs de la formation :

Débouchés par parcours type de formation Chargé.e de communication, chef.fe de publicité, chargé.e de projet événementiel, chargé.e de marketing opérationnel, chargé.e de la relation clients, médiaplanneur.e, community manager, social médias manager, responsable/conseiller.ère des contenus numériques pour une marque (digital brand content manager).

Organisation de la formation :

Schéma général, portails, mutualisation des parcours types, articulation M1/M2 pour les masters, part du socle commun etc.

la formation est organisée autour d'enseignements fondamentaux, de spécialité, d' un projet tuteuré et d'entreprise.

Modalités d'enseignement :

Préciser si la formation est faite en apprentissage, en contrat de professionnalisation; utilisation de la FAD etc.). La formation est autofinancée. Elle est proposée en apprentissage, en contrat de professionnalisation, en période de professionnalisation, en individuel payant. En présentiel et en formation à distance (FAD).

Volume horaire de la formation :

On indiquera aussi le cas échéant la part d'enseignement en langues étrangères 560h de formation

Lieux de la formation :

université de La Réunion, DFTLV (Direction de la formation tout au long de la vie) ; Mauritius Chamber of Commerce

	and Industry (MCCI) Business School à Maurice <i>via</i> une convention de partenariat.
Liens avec la recherche :	<i>Essentiellement pour les masters, préciser le nom de l'unité de recherche (ou des unités) à laquelle la formation est adossée (à décliner, le cas échéant, par parcours) la formation est rattachée au département Information-communication (CNU 71). Une initiation à la recherche sur le thème de "l'identité réunionnaise" (ou "mauricienne" selon le lieu) est introduite grâce au cours de "Culture et environnement socioculturels". Ces concepts sont développés sur le terrain lors des projets tuteurés.</i>
Liens avec le monde socio-économique :	<i>Essentiellement pour les formations à insertion professionnelle directe, préciser le nom des partenaires socio-économiques de la formation la relation avec le monde socio-économique est assurée : d'une part, par l'ensemble des organisations qui embauchent des alternants ou financent la formation continue de leur salarié.e ; d'autre part, par les professionnels qui interviennent dans la formation. Enfin, par l'association Well'Kom des étudiants et alumni, eux-mêmes devenus professionnels.</i>
Effectifs attendus :	20
Pour les Licences professionnelles	DUT, L2/L3, BTS, Titres professionnels de niveau 5, VAPP
Origine des publics :	(Baccalauréat + 5 années d'expérience)

Présentation de l'équipe pédagogique	
Potentiel enseignants-chercheurs et enseignants de l'établissement participant à la formation	<i>Préciser s'il s'agit de PR, MCF ou PRAG ; Indiquer leur section CNU Nathalie Noël, maîtresse de conférences et responsable pédagogique de la formation (CNU 71) ; Nathalie Almar, maîtresse de conférences et directrice du département Infocom (CNU 71) ; Simon Ngono, maître de conférences (CNU 71) Laurent Decloitre (Past)</i>
Apport des représentants du monde socioprofessionnel participant à la formation	<i>Préciser la part du volume horaire d'enseignement dédié à l'intervention de ces représentants.</i> Les intervenants professionnels, reconnus sur la place, apportent leur expertise au cursus dans leurs domaines respectifs. Ils garantissent l'actualité des enseignements délivrés, et collaborent à hauteur de 75% à ces derniers.
Personnel de soutien à la formation et modalités d'organisation de ce soutien	<i>Il s'agit du personnel non-enseignant qui vient en appui aux enseignants de la formation (ingénierie pédagogique, tutorat ...</i>

La formation bénéficie du soutien d'une gestionnaire de la Direction de la formation tout au long de la vie (DFTLV) à l'université de La Réunion.

Partenariats

Co-accréditation ou partenariat avec un autre (d'autres) établissement d'enseignement supérieur public

Préciser si la formation doit être co-accréditée avec un ou des autres établissements d'enseignement supérieur ou s'il s'agit d'une simple convention de partenariat.
Sans objet.

Internationalisation des formations

Préciser les accords particuliers qui s'attachent à cette formation (Erasmus Mundus ou autre accord européen ou international, stage obligatoire à l'étranger, double diplôme, enseignement de langues, etc).

En 2018, une convention de partenariat a été signée avec la MCCI Business School de l'île Maurice, où la formation connaît un succès croissant ; dans sa prochaine accréditation, la formation visera à s'adresser aussi aux autres îles de l'océan Indien et aux pays francophones en général, *via* la FAD et la plateforme de l'université numérique Réunion (UNR)

Conventionnement avec une institution privée française

Préciser l'apport de l'établissement à la formation et nommer l'institution
Sans objet

Lettre argumentaire

La licence professionnelle Métiers de la communication : chargé.e de communication de l'Université de La Réunion a été accréditée en 2020 pour 3 ans. Nous sollicitons la poursuite de cette accréditation jusqu'en 2025.

Cette formation, créée il y a dix-sept ans pour répondre aux besoins en communication et marketing des organisations réunionnaises, a su s'adapter et évoluer sans cesse pour correspondre aux attentes du marché de l'emploi local, demandeur à la fois de polyvalence et de technicité.

La structure bicéphale du cursus (une majeure communication et une mineure webmarketing/relation clients) répond pleinement aux attentes des entreprises, associations et collectivités locales. Le taux d'insertion est excellent (80% à 2 ans).

Le cursus bénéficie de l'appui de deux enseignantes-chercheuses du département Information-communication, qui en assurent la cohérence scientifique. La notion "marqueurs d'identité réunionnaise", spécifiquement étudiée au sein du Laboratoire de recherche sur les espaces créoles et francophones (LCF-UR7390) auquel appartient les trois enseignants-chercheurs, est conceptualisée et développée transversalement dans plusieurs cours (culture et environnement socioculturels, communication politique, études de campagnes, Réseaux sociaux...). Elle est explorée sur le terrain, dès que cela est possible, à l'occasion des projets tuteurés. Citons notamment le "Prix Kalou", créé en 2015 par les étudiants de la licence pour récompenser les publicités les plus représentatives de l'identité réunionnaise grâce à un vote du public. La plupart des agences de communication locales et leurs annonceurs participent chaque année à ce concours, ce qui donne l'occasion d'échanges très riches sur la notion d'identité réunionnaise avec eux, l'université et le grand public.

Par ailleurs, il y a 6 ans, bien avant la crise covid et la vague numérique qu'elle a entraînée, la formation a pris un virage résolument digital pour être au fait des nouvelles tendances du marché. L'actualisation permanente de ses enseignements, grâce à ses intervenants professionnels dont c'est le métier au quotidien, est l'un de ses atouts, car les employeurs recherchent des diplômés capables, à la fois, de prendre en charge immédiatement les technologies du web, avec cependant la réflexion stratégique et la culture générale que notre formation leur apporte.

De plus, la Licence professionnelle Métiers de la communication répond pleinement, au niveau régional, à l'offre de formation de notre établissement, seule université française dans la zone océan Indien. La formation est présente à l'île Maurice depuis 2018, grâce à une convention de partenariat avec l'école de la Chambre de commerce (MCCI Business School). Cette formation connaît un succès croissant à Maurice, notamment auprès d'un public de professionnels déjà en poste. Là-bas aussi, les taux d'insertion sont excellents (voir tableau ci-dessous) et la formation est de plus en plus connue des entreprises et des agences. Nous avons d'ailleurs pour projet de mettre en place un "Prix Kalou mauricien", pour transposer ce concours chez nos voisins et échanger davantage sur la notion d'identité mauricienne.

L'île Maurice n'est pas la seule île de la zone visée par notre formation. Les Comores ont manifesté leur intérêt en 2019, mais le processus a été interrompu par la crise covid et doit être repris à zéro. Quant aux étudiants malgaches et mahorais, ils ont déjà la possibilité de suivre le cursus à Maurice, grâce à des conventions inter-chambres de commerce.

Un autre projet a, lui aussi, été malencontreusement arrêté par la crise covid : il s'agit d'une offre de formation à distance portée par l'université numérique Réunion, qui rendrait la Licence professionnelle Métiers de la communication accessible au monde entier. Nous avons reçu de nombreuses candidatures, essentiellement en provenance de pays africains francophones et espérons pouvoir y donner suite en 2023/24 lorsque l'offre sera totalement finalisée.

Pour résumer, la licence professionnelle Métiers de la communication est l'un des atouts de l'Université de La Réunion dans la zone océan Indien. Son taux d'insertion reste excellent. Par ailleurs, des efforts notables ont été fournis depuis 2019 pour l'adosser davantage à la recherche, en particulier sur la notion "d'identité réunionnaise" qui est explorée sous divers angles.

Cette formation, qui s'adapte aux besoins du marché, tout en offrant une qualité d'enseignement conforme aux exigences universitaires, mérite d'être poursuivie.

Indicateurs 2022

Année	Effectif	Taux de réussite	Taux d'insertion 2022
2019-20	29	96%	80%
2020-21	30	95%	75%
2021-22	30	93%	En cours d'évaluation

EQUIPE PEDAGOGIQUE

ENSEIGNANTS RELEVANT DE L'UNIVERSITE DE LA REUNION				
Nom et grade des enseignants chercheurs, enseignants ou chercheurs	Section CNU	Composante d'appartenance au sein de l'établissement	Nombre d'heures enseignées	Enseignements dispensés
NOEL Nathalie, MCF	71	Faculté des Lettres, Université de La Réunion	18+10 = 28	Communication interne + Projet tuteuré
ALMAR Nathalie, MCF	71	Faculté des Lettres, Université de La Réunion	14	Communication politique d'influence
NGONO Simon	71	Faculté des Lettres, Université de La Réunion	10	Projet tuteuré
DECLOITRE LAURENT MCA (PAST)	71	Faculté des Lettres, Université de La Réunion	16	Communication écrite et orale
BRUNET-MALBRANCQ Joëlle		Institut india-océanique du numérique université de la Réunion	28	Etude de campagne de communication
ALDO Jean Jacques		DEPF université de La Réunion	40	Projet tuteuré
FEVRIER J-François, Videaste		Université de La Réunion DISUN	17,5	Réalisation audiovisuelle
Enault Eric, Videaste		Université de La Réunion DISUN	17,5	Réalisation audiovisuelle

ENSEIGNANTS RELEVANT D'AUTRES ETABLISSEMENTS			
Nom et grade	Etablissement d'origine	Nombre d'heures enseignées	Enseignements dispensés
HOAREAU Fabienne	Lycée Leconte de Lisle Professeure certifiée en Economie gestion à la retraite	35+18+21 = 74	Méthodologie d'écriture générale + droit de la communication + Management et conduite de projet
FONTAINE Valérie	Professionnelle de la communication (institution)	14+16+ 40 = 70	Fondamentaux de la communication + communication orale et écrite+ projet tuteuré
ETIENNE Frédérique	Professionnelle de la communication (agence)	21+41=62	Gestion de la relation client /Projet tuteuré
LARUE Simon	Professionnelle de la communication (agence)	14+42 = 56	Fondamentaux du marketing +marketing web marketing
LACPATIA Annabel	Professeur Lycée	18	Anglais du marketing et de la communication
BOQUET Stéphane	Professionnel institution culturelle	18	Culture et environnements socioculturels
MOREAU Ludovic	Professionnel de l'infographie (agence)	42	Infographie chaîne graphique création site internet
AHOT Yannick	Professionnelle de la communication (agence)	28	Réseau sociaux numérique
CHANE KAYE BONE	Professionnelle de la communication (agence)	21	Média et médiaplanning



Licence Professionnelle « Métiers de la
Communication » (LPro M3C)



LICENCE PROFESSIONNELLE

RÈGLEMENT SPÉCIFIQUE DES ÉTUDES

Année universitaire 2022-2023

Vu l'avis du conseil de faculté du 24/05/2022

Vu la délibération de la commission de la formation et de la vie universitaire du ... /06/2022

CHAMP :

Sciences Technologie et Santé en Environnement Tropical

Culture, Territoire et Sociétés plurielles dans l'océan Indien

DIPLOME : Licence Professionnelle

MENTION : Métiers de la communication

PARCOURS-TYPE :

option Chargé.e de communication

(appellation du parcours-type 2)

(appellation du parcours-type 3)

(appellation du parcours-type 4)

RÉGIME :

formation initiale ; formation continue

MODALITÉS :

présentiel ; distanciel ; hybride ; alternance

RESPONSABLE(S)

PEDAGOGIQUE(S) :

Nathalie Almar

nathalie.almar@univ-reunion.fr

GESTIONNAIRE(S)

PEDAGOGIQUE(S) :

Mélissa Bourgeois

melissa.bourgeois@univ-reunion.fr

Préambule

Le règlement spécifique des études a pour objectif de compléter et de prolonger le règlement général des études (RGE) en fixant, pour chacune des formations, les dispositions particulières liées notamment, aux conditions d'admission, à l'inscription pédagogique, à l'organisation des enseignements et aux contrôles de connaissances et des compétences. Il ne se substitue pas à lui.

1. Dispositions générales

1.1 Les conditions d'admission

CONDITIONS D'ADMISSION [dispositions fixées dans le règlement général des études - RGE] <i>(les éléments indiqués doivent être conformes au RGE)</i>	
<p>Modalités particulières à préciser le cas échéant <i>(Les conditions d'admission doivent être complétées de façon détaillée en particulier pour les filières sélectives LP/M1. L'ensemble des éléments pris en compte doivent apparaître. Ex : notes prises en compte, formations conseillées, critères qualitatifs, formations spécifiques à suivre pour entrer dans cette formation (ex certification) ...)</i></p>	<p><input type="checkbox"/> Diplôme ou titre admis en équivalence requis : DUT, BTS, DEUST ou diplômes reconnus de niveau équivalent (niveau III ou 120 ECTS), de préférence dans le domaine de la communication, de la mercatique, du commerce, du management, de la gestion et de l'informatique</p> <p><input type="checkbox"/> VAPP (Validation des acquis professionnels et personnels)</p> <p>Sous réserve de validation des acquis de formation et/ou professionnels :</p> <p>2) aux personnes titulaires d'autres titres de niveau Bac + 2 (ou 120 ECTS), français ou étrangers justifiant d'expérience dans le domaine de la communication, de la mercatique, du commerce, du management, de la gestion et de l'informatique.</p> <p>3) aux personnes titulaires d'un baccalauréat et justifiant d'une expérience professionnelle attestée d'au moins cinq ans dans les domaines de la communication, de la mercatique, du commerce, de la gestion et de l'informatique</p> <p><input type="checkbox"/> Expériences de formation et/ou professionnelles attendues :</p> <p>Communication, mercatique, commerce, gestion et informatique.</p>

1.2 L'inscription pédagogique

INSCRIPTION PÉDAGOGIQUE <i>(les éléments indiqués doivent être conformes au RGE)</i>	
<p>Modalités complémentaires à préciser (Quand? Où? Après de qui? Comment ? Etc.)</p>	<p>En alternance, l'inscription du candidat est subordonnée à la signature d'un contrat avec une entreprise, une organisation partenaire ou non de la formation.</p> <p>Si le contrat est un contrat d'apprentissage, le candidat sera directement inscrit en formation par l'administration (CFA-UR) une fois le contrat signé entre l'entreprise/l'organisation, l'apprenti et l'Université.</p> <p>Si le contrat est un contrat de formation professionnelle, l'inscription administrative du candidat est subordonnée :</p> <ul style="list-style-type: none"> - à la réception de la notification de prise en charge du financement et à la signature du contrat de formation professionnelle. L'entrée en formation continue s'effectue : sous réserve de la signature d'un contrat de professionnalisation ou d'une convention de formation avec une entreprise. <p>Le candidat sera directement inscrit en formation par l'administration (DFTLV) une fois la convention de formation signée entre l'université et l'entreprise et après la réception de la notification de financement de l'OPCO.</p> <ul style="list-style-type: none"> - ou à la signature du contrat de formation professionnelle (individuel payant), ce qui demande la signature d'une convention individuelle entre l'Université et le candidat. Le candidat sera directement inscrit en formation par l'administration (DFTLV) une fois la convention de formation individuelle signée. <p>L'inscription pédagogique suit l'inscription administrative dans la formation.</p>

1.3 Le contrat pédagogique pour la réussite étudiante

CONTRAT PÉDAGOGIQUE <i>(les éléments indiqués doivent être conformes au RGE)</i> <u>[Le contrat pédagogique pour la réussite étudiante (ConPeRe) est obligatoire pour les étudiants inscrits en licence et en licence professionnelle]</u>	
<p>Modalités de suivi du contrat pédagogique et d'accompagnement de l'étudiant au sein de la formation/composante à préciser (Après de qui? Où? Remédiation? Etc.)</p>	<p>Le contrat pédagogique constitue la 3^{ème} étape de l'inscription à l'université (après l'inscription administrative et l'inscription pédagogique).</p> <p>Chaque étudiant doit constituer son dossier via le lien suivant dès la fin de son inscription pédagogique et au plus tard le 25 octobre 2022: https://conpere.univ-reunion.fr.</p> <p>Demande d'aménagement (ex : demande de tiers temps, etc.)</p> <p>Lorsque des aménagements particuliers pour le suivi de la formation, sont sollicités, dans le cadre des dispositions de l'article 2 du règlement général des études, la demande doit être formulée dans le cadre du contrat pédagogique. L'étudiant devra obligatoirement fournir les pièces justificatives sur la plateforme.</p> <p>NB : Toute demande incomplète ou hors délais ne pourra donner lieu à la mise en place des aménagements demandés.</p> <p>Une fois la demande effectuée, elle sera analysée par le responsable pédagogique qui si nécessaire engagera un dialogue avec l'étudiant et émettra un avis spécifique sur la plateforme : « accepté » ou « refusé »</p>

Types d'aménagement
proposés par la
formation
(Régime spécifique,
autres...)

1.4 Objectifs de la formation

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES ET PROFESSIONNELLES DE LA FORMATION

[Les compétences doivent être en conformité avec la fiche RNCP]

L'objectif est de former des diplômés capables d'analyser et de poser une problématique de marketing et/ou de communication dans une organisation, proposer des stratégies de communication adaptées, préconiser, négocier et mettre en oeuvre les moyens médias ou hors médias.

Compétences développées :

Usages numériques

- Exploitation de données à des fins d'analyse
- Expression et communication écrites et orales
- Action en responsabilité au sein d'une organisation professionnelle
- Maîtrise des différentes techniques d'information et de communication
- Management et animation d'équipe
- Activité de veille

2. Organisation des enseignements

2.1 Organisation générale

Nombre d'UE	6
Volume horaire étudiant de la formation <u>par année</u>	560 h

2.2 Composition des enseignements

Se reporter au tableau de modalités de contrôle des connaissances et des compétences (MCCC) en annexe 2

Commentaires sur certains éléments du tableau des MCCC (si les modalités du mémoire, stage, projets tuteurés, certaines UE etc. nécessitent des précisions)

La formation est proposée en alternance, *via* un contrat de professionnalisation, ou d'apprentissage ou tout autre dispositif d'alternance. A défaut, l'étudiant doit réaliser un stage de pratique professionnelle de 12 semaines minimum et 16 semaines maximum.

L'alternance ou le stage doivent être réalisés dans une entreprise privée ou publique, administration ou collectivité publique ou association, exerçant son activité dans le domaine de la communication des organisations, ou disposant d'un service de communication ou marketing, ceci pour permettre un tutorat effectif et efficient de l'étudiant en entreprise.

Epreuves en contrôle continu (UE1, UE2, UE3, UE4)

Les UE 1, 2, 3 et 4 sont évaluées en contrôle continu, par capitalisation des notes obtenues dans chaque module, tout au long de la formation.

L'UE 1 intègre dans sa moyenne le score obtenu par l'étudiant à la Certification en langue française (sur 1000 points), ramené en base 20.

Les évaluations s'effectuent pendant le temps de formation, sous la responsabilité et suivant les modalités fixées par les enseignants de chaque module, en concertation avec les responsables de la formation.

Les enseignants informent les étudiants des modalités prévues pour ces contrôles.

Toute absence à une épreuve de contrôle continu sera sanctionnée par la note 0

L'UE 5 et l'UE 6

L'UE 5 (projet tuteuré, réalisé en groupe) est évaluée :

- pour 1/3 de la note, par l'enseignant tuteur du projet, qui apprécie la régularité du travail effectué par les étudiants, la pertinence des démarches mises en oeuvre, le respect des procédures, l'implication sur le terrain, la charge de travail effective que le projet requiert la part des étudiants ;
- pour les 2/3 de la note, par une soutenance du dossier de compte-rendu devant un jury mixte, composé d'enseignants et de professionnels. La durée de cette épreuve est de 40 mn (20 mn maximum de présentation + 20 mn d'échanges avec le jury) ;
- le cas échéant, des notes différenciées peuvent être attribuées à chaque étudiant, en cas de manquement avéré aux travaux du groupe (absences, travail non rendu, non-respect des délais ou des procédures, manque de connaissance du projet à l'oral, notamment).

L'UE 6 (pratique professionnelle ou stage) est évaluée par une soutenance du rapport de projet d'entreprise devant un jury mixte, composé d'enseignants et de professionnels. Préalablement au jury, le tuteur en entreprise atteste de la réalisation effective du projet d'entreprise par l'étudiant et donne son appréciation sur le travail effectué. Il apprécie également la manière de servir de celui-ci en entreprise. Ces informations sont communiquées au jury. Le tuteur n'est cependant pas autorisé à assister à la soutenance de son stagiaire. La durée de cette épreuve est de 40 mn (20 mn maximum de présentation + 20 mn d'échanges avec le jury).

2.3 Assiduité aux enseignements

ASSIDUITÉS, MODALITÉS ET JUSTIFICATIFS D'ABSENCE

En application de l'arrêté du 30 juillet 2019 définissant le cadre national de scolarité et d'assiduité des étudiants inscrits dans une formation relevant du ministère de l'enseignement supérieur, l'ensemble des étudiants doivent être inscrits et assidus aux cours, travaux pratiques ou dirigés et réaliser les stages obligatoires intégrés à la formation.

Aux CM	Obligatoire et contrôlée
Aux TD	Obligatoire et contrôlée
Aux TP	Obligatoire et contrôlée

<p>Dispense d'assiduité (A préciser)</p>	<p>S'agissant d'une formation professionnelle, la ponctualité et l'assiduité sont obligatoires.</p> <p>Les étudiants signent une liste de présence à chaque cours (matin et après-midi), en présence et sous la responsabilité de l'enseignant, qui contresigne le document. L'enseignant note les retards sur la feuille d'émargement. Le cumul de trois retards est décompté comme une absence injustifiée (ABI). Les entreprises d'accueil sont averties des retards et absences de leurs étudiants en formation.</p> <p>Les absences justifiées sont celles :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Autorisées au préalable par l'établissement ; • Relatives à une maladie, à un événement familial (naissance, décès), ou un cas de force majeure, le tout dûment attesté par un certificat médical ou un document officiel. • Tout autre cas est soumis à l'appréciation des Responsables de la formation. <p>L'étudiant doit avertir l'établissement de son absence le jour même et lui fournir un justificatif dans les 48H. En cas de manquement à cette obligation, l'absence devient injustifiée, quel qu'en soit le motif.</p> <p>Le barème des pénalités en cas d'absence injustifiée (ABI) est le suivant :</p> <table border="1" data-bbox="427 853 1329 1216"> <thead> <tr> <th>Règle absence par UE</th> <th>Pénalité pour ABI</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>(≤ 5%)</td> <td>-0,1 pt par % d'absence pour l'UE concernée</td> </tr> <tr> <td>Entre 5 et ≤ 10%</td> <td>-0,2 pt par % d'absence pour l'UE concernée</td> </tr> <tr> <td>Entre 10% et ≤ 15%</td> <td>-0,4 pt par % d'absence pour l'UE concernée</td> </tr> <tr> <td>Au-dessus de 15%</td> <td>Défaillant à l'UE</td> </tr> </tbody> </table>	Règle absence par UE	Pénalité pour ABI	(≤ 5%)	-0,1 pt par % d'absence pour l'UE concernée	Entre 5 et ≤ 10%	-0,2 pt par % d'absence pour l'UE concernée	Entre 10% et ≤ 15%	-0,4 pt par % d'absence pour l'UE concernée	Au-dessus de 15%	Défaillant à l'UE
Règle absence par UE	Pénalité pour ABI										
(≤ 5%)	-0,1 pt par % d'absence pour l'UE concernée										
Entre 5 et ≤ 10%	-0,2 pt par % d'absence pour l'UE concernée										
Entre 10% et ≤ 15%	-0,4 pt par % d'absence pour l'UE concernée										
Au-dessus de 15%	Défaillant à l'UE										
<p>Modalités et justificatifs d'absence (A préciser)</p>	<p>En cas d'absence, quel que soit le motif ayant entraîné une absence considérée comme justifiée, l'étudiant est tenu de transmettre sous un délai de 5 jours ouvrables pour les étudiants inscrits en formation initiale et de 48 heures pour les étudiants inscrits au titre de la formation continue.</p> <p>Ces justificatifs, transmis aux services pédagogiques, prennent la forme suivante : certificat médical daté pour la maladie ou une incapacité résultant d'un accident ; convocation pour les obligations civiles ou militaires légales ; actes pour le mariage de l'apprenant, la naissance ou l'adoption d'un enfant, le décès d'un parent proche, justificatif d'un cas de force majeure,</p> <p>Ces justificatifs mentionnent clairement les dates auxquelles l'étudiant a été absent.</p> <p>Si l'étudiant est inscrit en formation continue, il lui appartient aussi d'informer impérativement de son absence à une journée ou demi-journée de formation à l'Université : son tuteur professionnel, la Direction des Ressources Humaines ou le Responsable de formation de son entreprise.</p>										

3. Règles d'acquisition des enseignements

3.1 Validation

(UE, blocs de connaissances et de compétences, semestres, année...)

VALIDATION Règles d'acquisition des UE, blocs de connaissances et de compétences, semestres, année, diplôme <i>(les éléments indiqués doivent être conformes au RGE)</i>	
Eléments constitutifs ou matières le cas échéant	<p>Les 560 h de la Licence professionnelle Métiers de la communication, option « Chargé de communication » se répartissent ainsi :</p> <p>UE 1 : Connaissances fondamentales (63h) – (5 ects)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Langue française et méthodologie de l'écrit, culture générale - Certification voltaire - Fondamentaux de la communication - Fondamentaux du marketing - <p>UE 2 : Connaissance de l'environnement du secteur de la communication (54h) – 6 ects</p> <ul style="list-style-type: none"> - Anglais du marketing et de la communication - Droit de la communication - Culture et environnement socio-culturels <p>UE 3 : Connaissance des outils stratégiques (123h) – 12 ects</p> <ul style="list-style-type: none"> - Marketing, webmarketing - Gestion de la relation clients - Communication interne des organisations, vie en entreprise - Communication politique, d'influence - Etudes de campagnes de communication <p>UE 4 : Pratiques professionnelles appliquées à la gestion des projets (179h) – 17 ects</p> <ul style="list-style-type: none"> - Management et conduite de projet - Communication écrite et orale pro - Infographie et chaîne graphique, création de site internet - Réseaux sociaux numériques - Médias et médiaplanning - Réalisation audiovisuelle <p>UE 5 : Projet tuteuré (travail réalisé en groupe) (141h) – 10 ects</p> <p>UE 6 : Pratique professionnelle (ou stage de 12 à 16 semaines, soit 420 heures) – 10 ects</p>
UE	<p>Les UE 1, 2, 3 et 4 sont évaluées en contrôle continu, par capitalisation des notes obtenues dans chaque module, tout au long de la formation. L'UE 1 intègre dans sa moyenne le score obtenu par l'étudiant à la certification en langue française (sur 1000 points), ramené en base 20. Les évaluations s'effectuent pendant le temps de formation, sous la responsabilité et suivant les modalités fixées par les enseignants de chaque module, en concertation avec les responsables de la formation. Les enseignants informent les étudiants des modalités prévues pour ces contrôles. Toute absence à une épreuve de contrôle continu sera sanctionnée par la note 0.</p> <p>L'UE 5 (projet tuteuré, réalisé en groupe) est évaluée :</p> <ul style="list-style-type: none"> • pour 1/3 de la note, par l'enseignant tuteur du projet, qui apprécie la régularité du travail effectué par les étudiants, la pertinence des démarches mises en oeuvre, le respect des procédures, l'implication sur le terrain, la charge de travail effective que le projet requiert la part des étudiants ;

	<ul style="list-style-type: none"> • pour les 2/3 de la note, par une soutenance du dossier de compte-rendu devant un jury mixte, composé d'enseignants et de professionnels. La durée de cette épreuve est de 40 mn (20 mn maximum de présentation + 20 mn d'échanges avec le jury) ; • le cas échéant, des notes différenciées peuvent être attribuées à chaque étudiant, en cas de manquement avéré aux travaux du groupe (absences, travail non rendu, non-respect des délais ou des procédures, manque de connaissance du projet à l'oral, notamment). <p>L'UE 6 (pratique professionnelle ou stage) est évaluée par une soutenance du rapport de projet d'entreprise devant un jury mixte, composé d'enseignants et de professionnels. Préalablement au jury, le tuteur en entreprise atteste de la réalisation effective du projet d'entreprise par l'étudiant et donne son appréciation sur le travail effectué. Il apprécie également la manière de servir de celui-ci en entreprise. Ces informations sont communiquées au jury. Le tuteur n'est cependant pas autorisé à assister à la soutenance de son stagiaire. La durée de cette épreuve est de 40 mn (20 mn maximum de présentation + 20 mn d'échanges avec le jury).</p>
<p>Bloc de connaissances et de compétences</p>	<p>La moyenne générale des enseignements constitutifs d'un bloc de connaissances et de compétences emporte la validation du bloc. Le calcul de l'attribution du bloc se fait donc automatiquement à partir de la moyenne des UE concernées (cf. tableau des MCCC en annexe).</p>
<p>Année</p>	
<p>Diplôme</p>	<p>La Licence professionnelle Métiers de la communication, option « Chargé de communication » est décernée aux étudiants lorsque la moyenne générale à l'ensemble des unités d'enseignement est égale ou supérieure à 10 sur 20, à condition que :</p> <ul style="list-style-type: none"> - la note de l'UE « projet tuteuré » (UE 5) présente une note supérieure ou égale à 10 sur 20 ; - la note du « stage professionnel » (UE 6) présente une note égale ou supérieure à 10 sur 20 ; <p>- La délivrance du diplôme est subordonnée à la présentation d'au moins une certification en langue anglaise faisant l'objet d'une évaluation externe et reconnue au niveau international et par le monde socioéconomique. L'obtention de la licence est également conditionnée par le respect de l'assiduité tel que détaillé à l'article 3.</p> <p>Lorsque la licence professionnelle n'a pas été obtenue (moyenne générale inférieure à 10/20 et/ou UE 5 et/ou UE 6 <10), les unités d'enseignement pour lesquelles la moyenne est égale ou supérieure à 10/20 sont acquises et capitalisables. Ces unités d'enseignement font l'objet d'une attestation délivrée par l'établissement.</p> <p>Les candidats admis à la licence obtiennent, après délibération du jury :</p> <ul style="list-style-type: none"> - la mention Passable pour une moyenne supérieure ou égale à 10/20 mais inférieure à 12/20 ; - la mention Assez bien pour une moyenne supérieure ou égale à 12/20 mais inférieure à 14/20 ; - la mention Bien pour une moyenne supérieure ou égale à 14/20 mais inférieure à 16/20 ; - la mention Très Bien pour une moyenne supérieure ou égale à 16/20.

3.2 Compensation

COMPENSATION <i>(les éléments indiqués doivent être conformes au RGE)</i>	
Préciser les modalités de compensation si besoin	

3.3 Capitalisation

CAPITALISATION/CONSERVATION <i>(les éléments indiqués doivent être conformes au RGE)</i>	
Préciser les modalités de capitalisation si besoin	Les matières acquises le sont définitivement. L'acquisition d'une matière se fait soit par l'acquisition de l'U.E. comprenant la matière, soit en obtenant une note au moins égale à 10/20 à la matière. L'acquisition de l'U.E. emporte l'acquisition des crédits européens correspondants.

4. Examens

4.1 Modalités de convocation et d'accès aux épreuves

POUR CHAQUE SEMESTRE ET/OU CHAQUE ÉPREUVE, MODALITÉS DE CONVOCATION ET CONDITIONS D'ACCÈS *(les éléments indiqués doivent être conformes au RGE)*

A préciser	<p><u>Déroulement des épreuves</u></p> <p>Les épreuves de contrôle continu sont soumises à des dispositions précises et obligatoires. Les évaluations s'effectuent pendant le temps de formation, sous la responsabilité et suivant les modalités fixées par les enseignants de chaque module, en concertation avec les responsables de la formation.</p> <p>Les enseignants informent les étudiants des modalités prévues pour ces contrôles.</p> <p>Toute absence à une épreuve de contrôle continu sera sanctionnée par la note 0.</p> <p>En cas de retard, si celui-ci est justifié par un cas de force majeure, l'étudiant sera autorisé à composer. Pour les autres retards, l'accès à la salle sera permis à l'étudiant selon qu'il est ou non compatible avec le bon déroulement de l'épreuve en cours.</p> <p>Dans tous les cas, l'accès à la salle d'examen n'est pas autorisé après la distribution des sujets. La sortie n'est autorisée qu'après une durée d'une heure, provisoire ou définitive et sur avis de l'enseignant responsable. Les sorties se font à tour de rôle. La sortie définitive doit être explicitement signalée par l'étudiant à l'enseignant responsable de l'examen, en remettant sa copie (même blanche).</p>
------------	---

4.2 Modalités de contrôle des connaissances et des compétences

<h3 style="margin: 0;">4.2.1 MODALITÉS D'EXAMENS</h3> <p style="margin: 0;"><i>(les éléments indiqués doivent être conformes au RGE)</i></p>	
<p>L'acquisition des connaissances et des compétences est évaluée selon les modalités suivantes:</p> <p><i>(en complément du tableau des MCCC en annexe, préciser l'organisation et les formes variées des évaluations prévues dans la formation, préciser les modalités relatives à la session de rattrapage)</i></p>	
Évaluation terminale :	<input type="checkbox"/> OUI ; <input checked="" type="checkbox"/> NON A préciser :
Évaluation continue avec la possibilité d'un contrôle terminal	<input checked="" type="checkbox"/> OUI ; <input type="checkbox"/> NON Les UE 1, 2, 3 et 4 sont évaluées en contrôle continu, par capitalisation des notes obtenues dans chaque module, tout au long de la formation. L'UE 1 intègre dans sa moyenne le score obtenu par l'étudiant à la Certification en langue française (sur 1000 points), ramené en base 20. Seules les UE 5 et 6 sont évaluées à la fois en contrôle continu et en épreuve terminale correspondant à la soutenance orale d'un rapport.
Évaluation continue intégrale	<input type="checkbox"/> OUI ; <input checked="" type="checkbox"/> NON

4.2.2 ABSENCES AUX EXAMENS

Préciser les modalités de rattrapage en cas d'absence à un examen ou les résultats reportés sur le relevé de notes (ABJ, ABI, DEFAILLANT)

(les éléments indiqués doivent être conformes au RGE)

Absence aux évaluations continues <i>(modalités à préciser)</i>	<p>Toute absence à une épreuve de contrôle continu sera sanctionnée par la note 0. Lorsque la licence professionnelle n'a pas été obtenue (moyenne générale inférieure à 10/20 et/ou UE 5 et/ou UE 6 <10), les unités d'enseignement pour lesquelles la moyenne est égale ou supérieure à 10/20 sont acquises et capitalisables. Ces unités d'enseignement font l'objet d'une attestation délivrée par l'établissement.</p> <p>Le cas échéant, une session de rattrapage est organisée fin août. Le programme et les dates de session de rattrapage sont déterminées par le Président de l'Université de La Réunion en concertation avec les Responsables du diplôme.</p>
Absence aux évaluations terminales de session initiale ou de session de rattrapage <i>(modalités à préciser)</i>	<p>Toute absence à une épreuve terminale sera sanctionnée par la note 0. En cas de note inférieure à 10 aux UE 5 et 6, le jury demandera un travail de remédiation à l'étudiant, qui sera convoqué pour une seconde soutenance, sans qu'il soit besoin d'effectuer une période de stage ou de projet tuteuré supplémentaire. En cas de second échec à l'UE 6, l'étudiant devra effectuer une nouvelle période en entreprise pour effectuer une nouvelle soutenance.</p>

5. Résultats

5.1 Les jurys

LES JURYS

(les éléments indiqués doivent être conformes au RGE)

Modalités sur la délibération à préciser	<p>Le jury d'examen est composé paritairement d'enseignants de l'Université et de professionnels associés à la formation. Le président du jury est un universitaire désigné par le Président de l'Université de La Réunion.</p>
---	---

5.2 Communication des résultats

COMMUNICATION DES RÉSULTATS

(les éléments indiqués doivent être conformes au RGE)

Modalités à préciser	<p>La communication des résultats se fera après délibération du jury.</p>
-----------------------------	---

5.3 Le redoublement

REDOUBLEMENT	
Modalités du redoublement à préciser	Lorsque la licence professionnelle n'a pas été obtenue (moyenne générale inférieure à 10/20 et/ou UE 5 et/ou UE 6 <10), les unités d'enseignement pour lesquelles la moyenne est égale ou supérieure à 10/20 sont acquises et capitalisables. Ces unités d'enseignement font l'objet d'une attestation délivrée par l'établissement.

6. Dispositions diverses

6.1 Dispositions spécifiques à la formation

(le cas échéant)

6.2 Mesures transitoires

(le cas échéant) A utiliser en cas de changement de maquette

**Demande de création d'une formation « hors vague »
Diplôme national de DEUST, licence générale et professionnelle, master**

Etablissement : université de La Réunion

Intitulé : Master Humanités Numériques

Restructuration Création

Domaine (ALL, DEG, SHS ou STS) : Culture territoire et sociétés plurielles dans l'océan Indien

Présentation de la formation

Intitulés des parcours types de formation :

Industries Culturelles et Créatives

Objectifs de la formation :

Les objectifs scientifiques sont de former des spécialistes capables de/d' :

- Découvrir les industries culturelles et créatives et maîtriser les stratégies de ces industries et les enjeux de développement du secteur
- Développer l'esprit critique et des compétences en écriture scientifique et technique,
- Appréhender les avancées technologiques dans les industries culturelles et créatives afin de réfléchir et analyser sur les questions éthiques des nouvelles technologies (ex. l'intelligence artificielle), et collaborer sur des projets (ex. analyse des textes)
- maîtriser les connaissances informatiques (programmation, algorithmique, réseaux informatiques et bases de données) et mettre en œuvre différentes compétences acquises au cours de leurs deux années de Master.
- Développer des compétences en gestion de projet

Les objectifs professionnels sont de former des cadres (métiers en technologie informatique, de la culture et de la communication entre autres) de haut niveau.

La formation doit permettre aux diplômés d'accéder à des

fonctions de responsabilité en développant au cours de leur cursus, des compétences scientifiques et techniques, ainsi que différentes compétences transversales.

La formation dispensée couvre l'essentiel des connaissances et des savoirs scientifiques et techniques à acquérir dans le domaine de l'informatique, la culture et les humanités.

La formation doit permettre aux diplômés d'accéder à des études supérieures de niveau Doctorat ou bien à des postes dans des sociétés publiques ou privées.

En bref, ce Master en Humanités Numériques forme en deux ans de futurs cadres, spécialisés à la fois dans les études en sciences humaines et en informatique. C'est une formation **pluridisciplinaire**, et l'étudiant(e) doit être en mesure de mener de front des études dans plusieurs disciplines : sciences humaines et sociales, informatique, environnement professionnel.

Organisation de la formation :

Schéma général, portails, mutualisation des parcours types, articulation M1/M2 pour les masters, part du socle commun etc.

Modalités d'enseignement :

Préciser si la formation est faite en apprentissage, en contrat de professionnalisation; utilisation de la FAD etc.)

Formation continue

Volume horaire de la formation :

650 heures (La formation est en anglais et en français)

Lieux de la formation :

Hybride (Formation en ligne avec des séminaires en présentiel)

Liens avec la recherche :

Essentiellement pour les masters, préciser le nom de l'unité de recherche (ou des unités) à laquelle la formation est adossée (à décliner, le cas échéant, par parcours)

Ce Master a plusieurs modules liés à la recherche, étalés sur deux années : « Méthodologie de Mémoire » (40 heures) ; Séminaires de progression de mémoire (20heures) ; Séminaires de recherche(20h) ; Ecriture scientifique et Publication (20h) et la soumission du Mémoire

Liens avec le monde socio-économique :

Essentiellement pour les formations à insertion professionnelle directe, préciser le nom des partenaires socio-économiques de la formation

Plusieurs représentants des entreprises mauriciennes ont participé à l'élaboration de ce Master, des professionnels dans le domaine du numérique et du domaine culturel à La Réunion ont donné leur avis sur la maquette.

Effectifs attendus :

10 étudiants à l'université de La Réunion et 10 étudiants de l'Université des Mascareignes

Pour les Licences professionnelles
Origine des publics :

Présentation de l'équipe pédagogique

Potentiel enseignants-chercheurs et enseignants de l'établissement participant à la formation

Préciser s'il s'agit de PR, MCF ou PRAG ; Indiquer leur section CNU
Professeurs (06,27, 71), MCF (06,27, 71), Professionnels

Apport des représentants du monde socioprofessionnel participant à la formation (le

Préciser la part du volume horaire d'enseignement dédié à l'intervention de ces représentants
250 HEURES (environ 38%)

Personnel de soutien à la formation et modalités d'organisation de ce soutien

Il s'agit du personnel non-enseignant qui vient en appui aux enseignants de la formation (ingénierie pédagogique, tutorat ...)

La formation bénéficie du soutien de gestionnaires de la direction de la formation continue tout au long de la vie (DFTLV), de l'Institut du numérique (IIN), du pôle de direction de la formation et des relations internationales de l'université de La Réunion, de l'Institut des humanités numériques (UDN) de l'université des Mascareignes

Partenariats

Co-accréditation ou partenariat avec un autre (d'autres) établissement d'enseignement supérieur public

Préciser si la formation doit être co-accréditée avec un ou des autres établissements d'enseignement supérieur ou s'il s'agit d'une simple convention de partenariat.

La formation s'inscrit au sein d'une convention cadre entre l'Université de La Réunion et l'Université des Mascareignes (Ile Maurice). Une convention d'application est en cours d'élaboration. Les étudiants seront diplômés de l'université de La Réunion et de l'université des Mascareignes

Internationalisation des formations

Préciser les accords particuliers qui s'attachent à cette formation (Erasmus Mundus ou autre accord européen ou international, stage obligatoire à l'étranger, double diplôme, enseignement de langues, etc).

Conventionnement avec une institution privée française

Préciser l'apport de l'établissement à la formation et nommer l'institution

Lettre argumentaire

Le projet consiste à créer un Master Humanités Numériques parcours Industries Culturelles et Créatives, au croisement des sciences humaines et sociales, de Gestion et du numérique. Cette discipline connaît un essor considérable en France et dans le monde. Elle a d'ailleurs fait son entrée au lycée suite à la réforme du baccalauréat qui lui dédie une nouvelle matière. Ce Master vise à répondre, entre autres, au déficit en experts qui a été identifié. Il se déroulera en collaboration avec l'Université des Mascareignes (UdM, île Maurice).

A La Réunion, le Master s'insère dans les Objectifs Stratégiques (OS) de l'université de La Réunion : la réussite pour tout.e.s en formation, être l'université européenne sur l'axe Afrique-Asie, une université inclusive, en pointe sur l'égalité femmes-hommes et la prévention des discriminations, une université numérique 3.0.

Cette collaboration avec L'université des Mascareignes, fonctionne dans le cadre des accords de coopération internationale que possède l'université de La Réunion. Elle s'inscrit aussi dans le cadre de la volonté du ministère de la Technologie, de la Communication et de l'Innovation de l'île Maurice de promouvoir et faciliter le développement du secteur des TIC et de veiller à ce que la culture des TIC imprègne tous les niveaux de la société pour combler le fossé numérique dans la mesure du possible.

La nécessité de développer cette formation prend aussi du sens, au sein de stratégies régionales de la commission de l'océan Indien (COI) « TIC pour le développement » (TIC4D) pour favoriser une croissance économique et durable par la création de nouvelles infrastructures du numérique et notamment d'industries culturelles. Dans ce cadre, il nous paraît nécessaire d'accompagner, par la formation et l'insertion professionnelle, à la structuration de ces nouveaux secteurs et les métiers qui en découlent.

Dans ce sens, le Master Humanités Numériques parcours Industries Culturelles et Créatives, vient en continuité de formations en amont jusqu'au niveau Licence déjà identifiées à La Réunion et à Maurice, en Information Communication, Informatique, Economie, Gestion et par son inscription en formation continue, l'intégration de candidats en reprise d'étude. En effet, les professionnels dans le secteur de la communication et de l'information (ayant une stratégie digitale de communication ou data journalisme), des administrations publiques, des organisations (associations, entreprises de l'ESS ...) travaillant dans l'inclusion numérique, des organisations culturelles... pourront intégrer la formation qui sera proposée en alternance, considérant son caractère fortement professionnalisant et en mode hybride présentiel/distanciel pour un rythme d'apprentissage adapté aux contraintes de chaque candidat.

Les avis et conseils apportés par plusieurs professionnels du secteur du numérique, de la communication, de la médiation culturelle, à Maurice et à La Réunion est un signe d'intérêt du milieu professionnel vis-à-vis de la mise en place du Master Humanités Numériques spécialité Industries Culturelles et Créatives. Ces soutiens pourraient préfigurer à la mise en place de contrats d'alternance au sein de ces organisations.

**MASTER HUMANITÉS NUMÉRIQUES
PARCOURS : INDUSTRIES CULTURELLES ET CRÉATIVES**

**Demande de création hors vague
septembre 2022**

Autre partenaire



UNIVERSITÉ DES
MASCAREIGNES

SAVOIR, C'EST POUVOIR

1. INTRODUCTION GENERALE

1.1. Contexte

En 1949, Roberto Busa entame d'informatiser l'index de l'œuvre de Thomas d'Aquin en collaboration avec IBM. Ainsi, dans le milieu, Busa devient le nom le plus cité comme étant le pionnier des humanités numériques, qu'on appelait « Humanities Computing ».

Les sciences humaines ont toujours travaillé avec des nouvelles technologies afin de faire avancer la recherche dans le domaine. Ainsi, placées au carrefour des arts lettres, sciences humaines et l'informatique, les humanités numériques tentent de mettre en œuvre des travaux interdisciplinaires, et de regrouper une communauté de chercheurs, d'artistes, d'étudiants et d'informaticiens afin qu'ils puissent collaborer ensemble sur les questions de recherches.

En 2011, un colloque intitulé « *Big Tent Digital Humanities* » a été organisé ; et l'image du « chapiteau » (« tent ») semble d'ailleurs « souligner la diversité, l'ouverture et la mouvance des humanités numériques », d'où l'idée qu'il est difficile de définir cette filière.¹

Cette formation, Master en Humanités Numériques, en collaboration avec l'Université des Mascareignes (UdM, île Maurice), a pour objectif de répondre à plusieurs questions de recherche dans le Sud, en particulier dans l'océan Indien et dans l'Afrique, et aussi à répondre à certains des Objectifs du Développement Durable² (ODD) des Nations Unies. Elle vise à l'inclusion, et à la réduction des inégalités en permettant à des personnes avec des handicaps (ODD10) et des femmes (ODD5) de sortir de la marginalisation et de suivre une formation universitaire de qualité (ODD 4), à visée technologique, leur permettant ainsi de trouver un travail décent (ODD 8).

En outre, des études en France montrent que la culture contribue sept fois plus au PIB français que l'industrie automobile³. Les humanités numériques participeront dans la croissance économique (ODD 8).

A l'île Maurice, certains des objectifs du ministère de la Technologie, de la Communication et de l'Innovation⁴ de l'île Maurice sont les suivants :

- Promouvoir et faciliter le développement du secteur des TIC
- Veiller à ce que la culture des TIC imprègne tous les niveaux de la société pour combler le fossé numérique dans la mesure du possible

Les arts et la culture sont aussi l'une des priorités du gouvernement⁵ car il est nécessaire de développer des stratégies pour renforcer l'industrie culturelle et le patrimoine de Maurice.

¹ Michael Piotrowski et Aris Xanthos, « Décomposer les humanités numériques », *Humanités numériques* [En ligne], 1 | 2020, mis en ligne le 01 janvier 2020, consulté le 04 octobre 2020. URL : <http://journals.openedition.org/revuehn/381> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/revuehn.381>

² <https://www.un.org/sustainabledevelopment/fr/objectifs-de-developpement-durable/>

³ <https://www.latribune.fr/actualites/economie/france/20140103trib000807739/la-culture-contribue-sept-fois-plus-au-pib-que-l-industrie-automobile.html>

⁴ <http://mtci.govmu.org/English/Pages/default.aspx> Accessed February 2018

⁵ voir

<https://www.lexpress.mu/sites/lexpress/files/attachments/article/2015/2015-01/2015-01-27/govprog2015.pdf>

Le projet consiste à créer un Master dans la thématique des Humanités Numériques, au croisement des sciences humaines et sociales et du numérique. Cette discipline connaît un essor considérable en France et dans le monde. Elle a d'ailleurs fait son entrée au lycée suite à la réforme du baccalauréat qui lui dédie une nouvelle matière. Ce Master vise d'ailleurs à répondre, entre autres, au déficit en experts qui a été identifié.

Des formations en amont jusqu'au niveau licence sont déjà identifiées à La Réunion (dans les filières SHS, notamment en sciences de l'information et de la communication, en sciences de gestion et en informatique) ; à Maurice (UdM) une licence professionnelle en humanités numériques a été lancée en 2019. Le Master permet aux personnes qui en sont diplômées d'aller plus loin afin de répondre à la demande.

Cette formation sera proposée en formation continue (en alternance à La Réunion), considérant son caractère fortement professionnalisant. Le public cible est constitué des étudiants en information communication, informatique, économie, gestion. Le Master sera rattaché au Laboratoire de recherche sur les espaces créoles et francophones (LCF-UR 7390), au Centre de Recherches sur les Sociétés de l'Océan Indien (CRESOI), au CEMOI (Centre d'Economie et de Management de l'Océan Indien) et au laboratoire d'informatique et de mathématiques (LIM), auxquels les enseignants chercheurs de l'université de la Réunion sont rattachés.

A l'île Maurice, le Master est rattaché au Centre des Humanités Numériques et à la Faculté des TICs.

1.2. Modalités et planning de la mise en œuvre de l'action

La collaboration avec l'UdM fonctionne dans le cadre des accords de coopération internationale que l'UR possède. Ce sont donc ses modalités qui sont en vigueur sur cet aspect.

Du point de vue pédagogique, étant donné ce fonctionnement international, le mode hybride (présentiel / distanciel) sera privilégié. Des lieux de regroupement à Maurice et à La Réunion (voire ailleurs en fonction des candidatures reçues) seront identifiés. Il est également prévu des échanges et des rencontres de l'équipe pédagogique à Maurice et à La Réunion. L'adossement à l'Institut Indianocéanique du Numérique (IIN), composante de l'université de La Réunion dont la mission est le développement du volet numérique de ses activités, est naturel considérant le caractère hybride et international de la formation. Le diplôme sera inscrit en Formation Continue à l'université de la Réunion.

La maquette pédagogique a été élaborée en partenariat avec l'UdM. Elle s'appuie sur la fiche nationale RNCP 34853 (<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/34853>) pour proposer une formation au croisement du numérique et de la communication.

Il est prévu de produire des ressources pédagogiques numériques au fur et à mesure de la mise en place de la formation. La démarche administrative d'habilitation sera initiée en 2022 (instances et commissions internes à l'UR, instances et commissions internes à l'UdM, habilitation ministérielle (Maurice, France)). Selon l'avancée du projet, il est prévu l'ouverture du Master en 2023.

La formation se déroulera en mode hybride présentiel/distanciel.

1.3. Adossement du projet à la stratégie de l'établissement

Ce Master s'insérerait dans les Objectifs Stratégiques (OS) de l'UR suivants :

- OS1 : La réussite pour tout.e.s en formation
- OS3 : Être l'université européenne sur l'axe Afrique-Asie

- OS6 : Une université inclusive, en pointe sur l'égalité femmes-hommes et la prévention des discriminations
- OS7 : Une université numérique 3.0

1.4. Cibles

- Étudiants en SHS (information-communication ...), sciences de Gestion ayant la volonté de s'orienter vers le digital, étudiants en science du numérique souhaitant développer les aspects liés aux usages du numérique
- Personnes souhaitant faire carrière ou entrepreneurs dans les métiers au croisement du numérique et de la communication
- Entreprises dans le domaine de la communication ou d'autre ayant une stratégie digitale de communication
- Organisations (associations, entreprises de l'ESS ...) travaillant dans l'inclusion numérique
- Futurs enseignants de l'enseignement Humanités Numériques en lycée

1.5. Objectifs économiques et sociétaux

- Contribuer à résorber le besoin identifié au niveau de cette discipline
- Positionner l'UR et l'UDM comme référence dans cette nouvelle thématique
- Répondre aux besoins des entreprises
- Favoriser l'inclusion et l'égalité hommes-femmes par le numérique
- Favoriser l'entrepreneuriat dans ce domaine

1.6. Analyse SWOT

L'analyse SWOT présente les forces (Strengths), faiblesses (Weaknesses), opportunités (Opportunities) et menaces (Threats) qui existent autour du projet.

Le tableau suivant synthétise cette analyse :

<p>Forces</p> <ul style="list-style-type: none"> • Réponse à un besoin nouveau • Aspect international (collaboration avec Maurice) • Complète bien l'existant • Correspond au besoin né de la réforme du baccalauréat 	<p>Faiblesses</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aspect administratif pas encore traité • Coordination complexe à prévoir entre les partenaires (aspect international)
<p>Opportunités</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ouverture d'opportunité de recherche transversale sur ce thème • Soutien national possible sur ce thème • Partenariat avec UDM 	<p>Menaces</p> <ul style="list-style-type: none"> • Possibilité de l'arrivée d'une concurrence si le projet n'est pas lancé rapidement • Attitude du public visé pour une formation hybride inconnue

2. CONCEPTION DU MASTER

Plusieurs équipes ont aidé dans le montage du Master en Humanités Numériques spécialisation industries culturelles et créatives :

Equipe Université de la Réunion : Nathalie Noël, Simon Ngono, Olivier Sébastien, Alain Cucchi

Equipe UDM : Neelam Pirbhai-Jetha (Porteuse du Projet) ; Sabeena Dowlut ; Pascal Boncoeur

UR-UDM Conseiller Recherche : Professeur Miloud Bessafi, Université de la Réunion (UR)

Les services : L'Institut Indianocéanique du Numérique (IIN) de l'université de La Réunion le centre des humanités numériques (CDH) de l'UdM, la direction tout au long de la vie, la direction de la formation et les relations internationales de l'université de La Réunion

Représentants des entreprises mauriciennes : Philippe David Gino, Représentant du Ministère de l'éducation... ; Vinay Bacorisen, Représentant de la Mauritius Film Development Corporation ; Zakiya Buhora, Représentante de la FINAM ; Manish Bundhun (Représent de Rogers ; Shenaz Patel, auteure...

Avec les remerciements de M. Daden Venkatasawmy de Business Mauritius

3. OBJECTIFS DU MASTER

“...technology alone is not enough. It's technology married with liberal arts, married with the humanities, that yields the results that make our hearts sing.” [Steve Jobs]

Les développements des technologies ont transformé depuis quelques temps notre méthode de travailler. Une connaissance approfondie de l'informatique devient donc incontournable dans la recherche et les diplômés en arts et sciences humaines se trouvent souvent face à utiliser des outils informatiques dans la recherche et dans le monde du travail – pourtant, très peu de diplômés offrent ces compétences aux étudiants.

L'UdM a depuis sa création, soutenu sa position historique à Maurice dans la formation professionnalisante. Dans cette optique, ce Master en humanités numériques spécialisation industries culturelles et créatives a pour objectif de former des étudiants vers les nouveaux métiers, afin qu'ils puissent développer des compétences numériques, et ainsi ajouter une dimension digitale à leur domaine d'expertise ; leur permettant à s'ouvrir à d'autres disciplines, voire à une plus grande communauté.

L'IIN, pour sa part, est une composante de l'université de La Réunion qui a pour mission de porter ses missions de service public de l'enseignement supérieur, de la recherche et de l'innovation auprès de nouveaux publics en tirant partie des avantages du numérique. Dans cette optique, elle a développé des méthodes et outils techniques, pédagogiques et administratifs pour favoriser la transformation numérique. En outre, elle dispose d'une équipe pédagogique interne dont la spécialité est le numérique aussi bien dans son volet informatique que son volet lié aux usages. Elle anime également une communauté plus large d'experts de multiples disciplines scientifiques, permettant une grande interdisciplinarité. Pour toutes ces raisons, l'IIN adosse ce projet de Master.

Les objectifs scientifiques sont de former des spécialistes capables de/d' :

- Découvrir les industries culturelles et créatives et maîtriser les stratégies de ces industries et les enjeux de développement du secteur
- Développer l'esprit critique et des compétences en écriture scientifique et technique,

- Appréhender les avancées technologiques dans les industries culturelles et créatives afin de réfléchir et analyser sur les questions éthiques des nouvelles technologies (ex. l'intelligence artificielle), et collaborer sur des projets (ex. analyse des textes)
- maîtriser les connaissances informatiques (programmation, algorithmique, réseaux informatiques et bases de données) et mettre en œuvre différentes compétences acquises au cours de leurs deux années de Master.
- Développer des compétences en gestion de projet

Les objectifs professionnels sont de former des cadres (métiers en technologie informatique, de la culture et de la communication entre autres) de haut niveau.

La formation doit permettre aux diplômés d'accéder à des fonctions de responsabilité en développant au cours de leur cursus, des compétences scientifiques et techniques, ainsi que différentes compétences transversales.

La formation dispensée couvre l'essentiel des connaissances et des savoirs scientifiques et techniques à acquérir dans le domaine de l'informatique, la culture et les humanités.

La formation doit permettre aux diplômés d'accéder à des études supérieures de niveau Doctorat ou bien à des postes dans des sociétés publiques ou privées.

En bref, ce Master en Humanités Numériques forme en deux ans de futurs cadres, spécialisés à la fois dans les études en sciences humaines et en informatique. C'est une formation **pluridisciplinaire**, et l'étudiant(e) doit être en mesure de mener de front des études dans plusieurs disciplines : sciences humaines, informatique, environnement professionnel.

4. COMPÉTENCES VISÉES

Tous les modules enseignés dans ce cours seront tirés de situations/exemples concrets dans les domaines des arts/des sciences humaines. Les compétences visées :

- Informatiques et numériques : programmation de base, base de données, visualisation des données, compétences de base, qui seraient notamment la maîtrise des technologies web, entre autres.
- Maîtrise des enjeux des industries culturelles et créatives
- Entrepreneurial : gestion de projet
- Compétences transversales : recherche, esprit critique, communication, ...

5. PERSPECTIVES DE CARRIÈRES

Ce Master vise à apporter des connaissances théoriques et pratiques dans les domaines interdisciplinaires de l'informatique, des arts et des sciences humaines et constitue un atout sur le marché du travail dans de nombreux secteurs. Elle a pour vocation de former des spécialistes dans plusieurs domaines :

- la recherche (numérisation, gestion et analyse des bases de données, inventaire, transmission des résultats, etc.),
- les industries culturelles et créatives,
- l'enseignement
- Accès aux nouveaux métiers de la création numérique au sein de grands groupes et PME.

- Emploi dans le secteur de gestion de documents, des bases de données, des archives, de cartographies, communication numérique, des activités culturelles, activités de services administratifs et de soutiens, services administratifs...

Code(s) ROME (France Compétences) :

E1104 - Conception de contenus multimédias

M1805 - Études et développement informatique

K1601 - Gestion de l'information et de la documentation

K1204 - Médiation sociale et facilitation de la vie en société

E1101 - Animation de site multimédia

6. CONDITIONS D'ADMISSION

Le Master en Humanités Numériques avec spécialisation en industries culturelles et créatives suit le dispositif LMD et s'étale sur deux ans.

L'Institut Indianocéanique du Numérique (IIN) de l'université de La Réunion et Le centre des humanités numériques (CDH) de l'UdM accueille ceux/celles ayant un BAC+3/Licence dans toutes les filières pour s'inscrire en Master 1 :

- Licence/BAC+3.
- Le dossier de candidature doit être complété.
- Une très bonne maîtrise de l'anglais et du français est exigée.

Master 2 : Réussite dans le Master 1

L'IIN et le CDH se réservent le droit de demander des tests de compétences linguistiques.

7. ÉVALUATIONS

Ce Master sur 2 ans compte se distinguer des formations classiques, et ainsi adopter la pédagogie nouvelle, courant pédagogique qui défend l'enseignement-l'apprentissage actif.

Dans cette optique, l'évaluation de ce Master se fera tout au long du semestre et dans tous les modules par un ou plusieurs types d'évaluations mentionnés ci-dessous :

- L'évaluation diagnostique : est effectuée avant une action de formation ou une séquence d'apprentissage. L'objectif/la fonction est de vérifier les capacités ou les connaissances des apprenants.
- Les objectifs de l'évaluation formative sont de : guider les apprenants à progresser dans leur apprentissage et développer des compétences ; réguler et faciliter l'apprentissage ; créer un sentiment de sécurisation et affirmer la confiance en soi de l'apprenant ; créer un espace de dialogue et d'échange entre l'accompagnateur/l'apprenant...
- L'évaluation sommative se situe en fin ou l'après l'action de formation et peut être normative ou certificative. Ex : soumission des portfolio, devoirs sur table... L'objectif est de fournir un bilan du niveau des connaissances et compétences acquises.

Source : Perreti (1998), Hadji (1989) et Ardouin (2017)

Chaque enseignant-chercheur doit soumettre (à l'équipe pédagogique et aux apprenants) une grille critériée/ou des critères d'évaluation pour chaque CC.

La participation à tous les contrôles continus est obligatoire. L'étudiant qui n'aura pas rendu son travail dans les délais impartis lors des contrôles continus ou qui ne s'y est pas présenté sera sanctionné par la note de zéro (00/20) – ce qui se traduit par un rattrapage de la matière, le justificatif de la note zéro doit être explicitement claire dans la fiche de notation pour traçabilité.

Acronymes utilisés dans le programme et explications :

COD E	TYPE DE CONTROLE	TYPE D'EPREUVE
CC	Contrôle Continu	Examen/Contrôle sans convocation officielle, qui peut prendre diverses formes/modalités : <ul style="list-style-type: none"> ● Devoir de synthèse ou Devoir surveillé (DS) ● Ecrit (rédaction d'un texte, devoir sur table....) ● Oral/Présentation ● Travaux Pratiques (TP) ● Travaux Dirigés (TD) ...
CT	Contrôle Terminal	Examen/Contrôle (avec convocation officielle) qui peut prendre diverses formes, mais qui est le plus souvent à l'écrit.

8. DISSERTATION ET STAGE EN ENTREPRISE

- Afin de valider leur diplôme de Master, les apprenants ont le choix entre un stage d'une durée de 16 semaines en entreprise ou la création de sa start-up. Le rapport de stage sera rédigé en anglais ou en français. La soutenance du stage se fera devant un panel comprenant des professionnels et des chargés de cours, en anglais et/ou en français.
- Les apprenants doivent réaliser un Mémoire, qui est divisé en 2 parties : la première partie est soumise M1 et le travail final en M2. La soutenance se fera devant un panel comprenant des chargés de cours internes et externes à l'UR/l'UdM
- Les apprenants doivent consulter les documents relatifs à la rédaction de la dissertation et du rapport de stage.

Les modules seront soit en anglais ou en français

9. SPÉCIFICATIONS DE L'ORDINATEUR

Pour ce cours, qui sera en mode **distanciel/hybride**, vous aurez besoin d'

- un ordinateur d'au moins 4 Go de RAM
- une connexion Internet haut débit
- un microphone et des haut-parleurs pour pouvoir regarder des vidéos, entendre des sons et participer à des activités interactives en ligne.
- une webcam

10. POURSUITE D'ÉTUDES

Doctorat

11. LA MAQUETTE PÉDAGOGIQUE – LES MODALITÉS PÉDAGOGIQUES ET L'ORGANISATION DU CURSUS

11.1. Master Humanités Numériques spécialisation industries culturelles et créatives

Master 1

Semestre 7						
Module Code	Module	CM	TD	TP	TOTAL	ECTS
UE 1 Culture et Humanités Numériques 1						
	Théories et concepts en humanités numériques	20			20	2
	Industries Culturelles	15			15	2
	Environnement légal	20			20	2
	Dispositifs numériques et usages	15			15	2
	La connaissance des nouveaux médias	10			10	1
	la socio-économie des nouveaux médias	10			10	1
	TOTAL UE 1	90	0	0	90	10
UE 2 Compétences numériques 1						
	Conception des sites Web	10	20		30	5
	Le coding pour débutants	10	20		30	5
	TOTAL UE 2	20	40	0	60	10
UE 3 Méthodologie 1						
	Méthodologie de conception de système de l'information	15	15		30	5
	Méthodologie de mémoire	20	20		40	5
	TOTAL UE 3	35	35	0	70	10
Total Semestre 7		145	75	0	220	30

Semestre 8						
Module Code	Module	CM	TD	TP	TOTAL	ECTS
UE 4 Culture et Humanités Numériques 2						
	Analyse des données textuelles	10	10		20	3
	Le storytelling dans les nouveaux médias	5	10		15	2
	Stratégies de communication numérique	10	10		20	2
	Médiation culturelle à l'ère numérique	10	10		20	3
	TOTAL UE 4	35	40	0	75	10
UE 5 Compétences numériques 2						
	Base de données	15	15		30	4
	Coding intermédiaire	15	15		30	4
	Intelligence Artificielle & Industries Culturelles et Créatives 1	15	15		30	4
	TOTAL UE 5	45	45	0	90	12
UE 6 Méthodologie 2						
	Gestion de Projet 1	10	10		20	2
	Séminaires de progression (mémoire)		20		20	2
	L'avant-projet (Mémoire – Partie 1)					4
	TOTAL UE 6	10	30	0	40	8
Total Semestre 8		90	115	0	205	30

Master 2

Semestre 9						
Module Code	Module	CM	TD	TP	TOTAL	ECTS
UE 7 Entrepreneuriat et Humanités Numériques						
	Découverte comportement et entrepreneuriat	10	10		20	3
	Conception et réalisation de productions audiovisuelles	10	20		30	4
	Innovation managériale, sociale et technologique	10	10		20	3
	Gestion de projet 2	10	10		20	3
	TOTAL UE 7	40	50	0	90	13
UE 8 Compétences Numériques 3						
	Intelligence Artificielle & Industries Culturelles et Créatives 2	15	15		30	4
	Traitement et Analyse des images	15	15		30	4
	TOTAL UE 8	30	30	0	60	8
UE 9 Méthodologie 3						
	Ecriture scientifique et Publication	10	10		20	3
	Séminaires de recherche	30			30	3
	La communication en milieu professionnel	10	15		25	3
	TOTAL UE 9	50	25	0	75	9
Total Semestre 9		120	105	0	225	30

Semestre 10		
Module Code	Module	ECTS
UE 10 Projet Professionnel		
	Stage (16 semaines) ou création d'entreprise (industries culturelles et créatives)	15
UE 11 Méthodologie de Recherche		
	Mémoire et soutenance	15
Total Semestre 10		30

MASTER HUMANITÉS NUMÉRIQUES SPÉCIALISATION INDUSTRIES CULTURELLES

		UE 1 : CULTURE ET HUMANITÉS NUMÉRIQUES 1	UE 2: COMPÉTENCES NUMÉRIQUES 1	UE 3: MÉTHODOLOGIE 1
SEMESTRE 1	ANNÉE 1	Théories et concepts en humanités numériques (20H – 2 ECTS) Industries Culturelles (15H – 2 ECTS) Environnement légal (20H – 2 ECTS) Dispositifs numériques et usages (15H – 2 ECTS) La connaissance des nouveaux médias (10H – 1 ECTS) La socio-économie des nouveaux médias (10H – 1 ECTS)	Conception des sites Web (30 H – 5 ECTS) Le coding pour débutants (30 H – 5 ECTS)	Méthodologie de conception de système de l'information (30H – 5 ECTS) Méthodologie de mémoire (40H – 5 ECTS)
SEMESTRE 2	ANNÉE 1	UE 4 : CULTURE ET HUMANITÉS NUMÉRIQUES 2 Analyse des données textuelles (20H – 3 ECTS) Le storytelling dans les nouveaux médias (15H – 2 ECTS) Stratégies de communication numérique (20H – 2 ECTS) Médiation culturelle à l'ère numérique(20H – 3 ECTS)	UE 5: COMPÉTENCES NUMÉRIQUES 2 Base de données (30H – 4 ECTS) Coding intermédiaire (30H – 4 ECTS) Intelligence Artificielle et industries culturelles et créatives 1 (30H – 4 ECTS)	UE 6: MÉTHODOLOGIE 2 Gestion de Projet 1 (20H – 2 ECTS) Séminaires de progression (mémoire) (20H – 2 ECTS) L'avant-projet (Mémoire – Partie 1) (4 ECTS)
SEMESTRE 3	ANNÉE 2	UE 7: ENTREPRENEURIAT ET HUMANITÉS NUMÉRIQUES Découverte comportement et entrepreneuriat (20H – 3 ECTS) Conception et réalisation de productions audiovisuelles (30H – 4 ECTS) Innovation managériale, sociale et technologique (20H – 3 ECTS) Gestion de projet 2 (20H – 3 ECTS)	UE 8: COMPÉTENCES NUMÉRIQUES 3 Intelligence Artificielle et industries culturelles et créatives 2 (30H – 4 ECTS) Traitement et Analyse des images (30H – 4 ECTS)	UE 9: MÉTHODOLOGIE 3 Ecriture scientifique et Publication (20H – 3 ECTS) Séminaires de recherche (30H – 3 ECTS) La communication en milieu professionnel (25H – 3 ECTS)
SEMESTRE 4	ANNÉE 2	UE 10 : PROJET PROFESSIONNEL Stage (16 semaines) ou création d'entreprise (industries culturelles) (15 ECTS)		UE 11: MÉTHODOLOGIE DE RECHERCHE Mémoire et soutenance (15 ECTS)

@Centre for Digital Humanities

**11.2. FICHES DE SYNTHÈSE : MASTER HUMANITÉS NUMÉRIQUES
SPÉCIALISATION INDUSTRIES CULTURELLES ET CRÉATIVES**

Niveau	L	T	Lab	Total hrs	Credits
Niveau 1	235	190	0	425	60
Niveau 2	120	105	0	225	60
TOTAL	355	295	0	650	120

Veillez noter que les heures de stage et mémoire de recherche ne sont pas comptabilisés ici.

Master HN Niveau 1

Semestre 7

UE	L	T	Lab	Total hrs	Credits
UE 1 : CULTURE ET HUMANITÉS NUMÉRIQUES 1					
	90	0	0	90	10
UE 2 : COMPETENCES NUMERIQUES 1					
	20	40	0	60	10
UE 3 : METHODOLOGIE 1					
	35	35	0	70	10
TOTAL S7	145	75	0	220	30

Semestre 8

UE	L	T	Lab	Total hrs	Credits
UE 4 : CULTURE ET HUMANITÉS NUMÉRIQUES 2					
	35	40	0	75	10
UE 5 : COMPETENCES NUMERIQUES 2					
	45	45	0	90	12
UE 6 : METHODOLOGIE 2					
	10	30	0	40	8
TOTAL S2	90	115	0	205	30

TOTAL Niveau 1 MASTER HN	235	190	0	425	60
---------------------------------	------------	------------	----------	------------	-----------

Master HN Niveau 2

Semestre 9

UE	L	T	Lab	Total hrs	Credits
UE 7 : ENTREPRENEURIAT ET HUMANITES NUMERIQUES					
	40	50	0	90	13
UE 8 : COMPETENCES NUMERIQUES 3					
	30	30	0	60	8
UE 9 : METHODOLOGIE 3					
	50	25	0	75	9
TOTAL S7	120	105	0	225	30

Semestre 10

UE	L	T	Lab	Total hrs	Credits
UE 10 : PROJET PROFESSIONNEL					
					15
UE 11 : METHODOLOGIE DE RECHERCHE					
					15
TOTAL S7					30

TOTAL Niveau 2 MASTER HN	120	105	0	225	60
---------------------------------	------------	------------	----------	------------	-----------

Les apprenants peuvent choisir de soumettre leurs devoirs soit en anglais soit en français, avec l'accord des enseignants-chercheurs.

12. PROGRAMME DÉTAILLÉ

12.1. Semestre 7

12.1.1. Module : Théories et Concepts en Humanités Numériques

Module : Théories et Concepts en Humanités Numériques Responsable du Module : Dr (Mme) Neelam Pirbhai-Jetha	Code :			
	UE : 1		Crédits ECTS : 2	
	CM	TD	TP	Total
	20			20
Objectif : Permettre à l'apprenant de comprendre et d'explorer les concepts et théories en humanités numériques Résultats d'apprentissage : <ul style="list-style-type: none">● Comprendre et expliquer l'émergence des humanités numériques● Explorer le cadre culturel et historique des humanités numériques● Découvrir, évaluer et analyser les concepts, théories et projets en humanités numériques				
Pré-requis : Aucun				
Contenu : <ul style="list-style-type: none">● Définitions et concept des humanités numériques● Histoire critique du mouvement de développement des humanités numériques● Introduction des sciences de données dans la recherche en humanités numériques● Survol des différentes théories, concepts et des divers projets possibles grâce aux humanités numériques				
Modalités de Contrôle des Connaissances : CC 1 (50%) : (Écrit) - Analyse critique d'au moins un article sur le concept des humanités numériques OU sur un des projets ou une des théories avancées dans les humanités numériques. CC 2 (50%) : (Oral) – Présentation				
Bibliographie indicative : <ul style="list-style-type: none">● Berry D.M & Fajerjord, A. (2017) <i>Digital Humanities: Knowledge and Critique in a Digital Age</i>. Oxford: Polity Press.● Schreibman et al. (2016) <i>A New Companion to Digital Humanities</i>. New York: John Wiley & Sons.				

12.1.2. Industries Culturelles et créatives

Module : Industries Culturelles et créatives Responsable du Module : Dr (Mme) Nathalie Noël et Dr Simon Ngono	Code :			
	UE : 1		Crédits ECTS : 2	
	CM	TD	TP	Total
	15			15
Objectif : Acquérir des outils de compréhension et d'analyse des filières des industries culturelles et créatives Résultats d'apprentissage : <ul style="list-style-type: none"> ● Apte à développer une analyse critique du fonctionnement de chaque segment des industries culturelles et créatives ● Appréhender les enjeux socio-économiques des biens culturels au-delà de leur dimension symboliques 				
Pré-requis : Aucun				
Contenu : <ul style="list-style-type: none"> ● Historicisation du concept d'industries culturelles et créatives ● Théories structurantes des industries culturelles et créatives ● Présentation des caractéristiques des biens culturels ● Mettre en évidence le jeu des acteurs mais aussi les modèles socio-économiques à l'œuvre ● Logiques de production (contenus et format) et de création de valeur (audience, revenus) des biens culturels ● Mutations contemporaines des industries culturelles et créatives à l'ère de la numérisation et la manière dont celles-ci affectent les modes de production, de diffusion et de consommation. 				
Modalités de Contrôle des Connaissances : CC 1 (50%) : (Écrit) - Dissertation. CC 2 (50%) : (Oral) – Présentation				
Bibliographie indicative : <ul style="list-style-type: none"> ● ADORNO Theodor, HORKHEIMER Max (2012), Kulturindustrie, Raison et mystification des masses, Paris, Allia. ● BOUQUILLON Philippe (2008), Les industries de la culture et de la communication, Grenoble, Pug. ● BULLICH, Vincent et Guignard, T. (2014), Les plates-formes de contenus numériques : une nouvelle intermédiation ?, pp. 201-210 in L. Jeanpierre et O. Roueff (dir.), La culture et ses intermédiaires. Dans les arts, le numérique et les industries créatives, Paris, France : Éditions des archives contemporaines. ● BULLICH, Vincent, Schmitt, L. (2019), « Les industries culturelles à la conquête des plateformes ? Introduction », Les industries culturelles à la conquête des plateformes ?, vol.13, n°1-2, pp. 1-12. ● HIVER Marc (2010), Adorno et les industries culturelles. Communication, musique et cinéma, Paris, L'Harmattan. ● MIEGE Bernard (2017), Les industries culturelles et créatives face à l'ordre informationnel et de la communication, Grenoble, Pug. ● PERTICOZ Lucien (2019), « Filière de l'audiovisuel et plateformes SVOD : une analyse croisée des stratégies de Disney et Netflix », Les industries culturelles à la conquête des plateformes ?, vol. 13, n°1-2, pp. 323-353. ● REBILLARD Franck, SMYRNAIOS Nikos (2019), « Quelle « plateformes » de l'information ? Collusion socioéconomique et dilution éditoriale entre les entreprises médiatiques et les infomédiaires de l'Internet », Les industries culturelles à la conquête des plateformes ?, vol. 12, n°1-2, pp. 247-293. 				

12.1.3. Environnement légal et éthique

Module : Environnement légal et éthique Responsable du Module : Dr Simon Ngono	Code :			
	UE : 1		Crédits ECTS : 2	
	CM	TD	TP	Total
	20			20
Objectif : <ul style="list-style-type: none"> ● Approfondir des connaissances dans les aspects juridiques et éthiques dans les humanités numériques 				
Résultats d'apprentissage : <ul style="list-style-type: none"> ● Comprendre l'environnement juridique des humanités numériques ● Développer la responsabilité numérique ● Connaître et appliquer les différentes réglementations sur les aspects éthiques et juridiques autour du numérique ● Aborder dans une perspective critique la problématique du droit d'auteur entre autres 				
Pré-requis : Aucun				
Contenu : <ul style="list-style-type: none"> ● Définition et enjeux du droit d'auteur, droit de l'image... ● Droit d'auteur en regard de la théorie des industries culturelles et créatives ● Codification et aspects juridiques des <i>Big data</i>, algorithmes, intelligence artificielle, ... ● Dimension éthique liée à la publication, l'usage et l'extraction des données sur le numérique 				
Modalités de Contrôle des Connaissances : CC 1 (80%) : Exposé (Faire un exposé suite à des études de cas précis) CC 2 (20%) : Écrit				
Bibliographie indicative : <ul style="list-style-type: none"> ● Blundell, B. G. (2020) <i>Ethics in Computing, Science, and Engineering: A Student's Guide to Doing Things Right</i>. Springer. ● Massanari, A.L. & Heider, D. (2012) <i>Digital Ethics: Research & Practice</i>. Peter Lang Publishing Inc. ● Laws/Acts in Mauritius and Europe 				

12.1.4. Dispositifs numériques et usages

Module : Dispositifs numériques et usages Responsable du Module : Dr (Mme) Nathalie Noël	Code :			
	UE : 1		Crédits ECTS : 2	
	CM	TD	TP	Total
	15			15
Objectif : Acquérir une démarche réflexive, critique pour concevoir et analyser les dispositifs d'information et de communication				
Résultats d'apprentissage : <ul style="list-style-type: none"> ● Comprendre les enjeux des débats théoriques autour des concepts de dispositifs numériques (déterminisme technique, déterminismes social) ● Appréhender les dispositifs d'information et de communication avec un esprit critique sans tomber dans le déterminisme technologique ou social ● Découvrir, évaluer et analyser les usages des dispositifs numériques 				
Pré-requis : Aucun				
Contenu : <ul style="list-style-type: none"> ● Définitions du concept de technologie de l'information et de la communication ● Histoire critique des différents courants d'analyse des technologies de l'information et de la communication (du déterminisme technique au déterminisme social) ● Les outils méthodologiques pour l'analyse des usages des technologies de l'information et de la communication 				
Modalités de Contrôle des Connaissances : CC 1 (50%) : (dossier écrit) - Analyse critique des usages d'un dispositif numérique (mise en place d'une étude d'usage). CC 2 (50%) : (dossier oral) – Présentation à l'oral du dossier sur l'analyse critique des usages d'un dispositif numérique				
Bibliographie non exhaustive : <ul style="list-style-type: none"> ● Jeanneret Yves, <i>Y a-t-il (vraiment) des technologies de l'information ?</i>, Paris, Presse du Septentrion, 2000. ● Le Coadic Yves F, <i>Usage et usagers de l'information</i>, Paris, ADBS Nathan Université, 1997 ● Perriault Jacques, <i>La Logique de l'usage. Essai sur la machine à communiquer</i>, Paris, Flammarion, 1989 ● Rechenmann Jean-Jacques, <i>L'audit du site web. Mode d'emploi</i>, Paris, édition d'organisation, 2001 ● Souchier Emmanuel, Jeanneret Yves, Le Marec Joëlle (ss/d), <i>Lire, écrire, récrire. Objets, signes et pratiques des médias informatisés</i>, Paris, Centre Georges Pompidou, collection Etudes et recherche, 2003 ● Vitalis André (ss/d), <i>Medias et Nouvelles technologies pour une socio-politique des usages</i>, Renne, Edition, Apogée, 1994 ● Wolton Dominique, <i>Internet et après ? Une théorie critique des nouveaux médias</i>, Paris, Flammarion, 2000 				

12.1.5. La connaissance des nouveaux médias

Module : La connaissance des nouveaux médias Responsable du Module : Dr Simon Ngono	Code :			
	UE : 1		Crédits ECTS : 1	
	CM	TD	TP	Total
	10			10
Objectif : Comprendre et aborder les nouveaux médias au XXI ^e siècle				
Résultats d'apprentissage : <ul style="list-style-type: none"> ● Comprendre et expliquer l'évolution des médias ● Distinguer et comparer les divers médias, plateformes etc. ● Aborder les nouveaux médias, leur rapport aux réseaux informatiques et à leurs applications 				
Pré-requis : Aucun				
Contenu : <ul style="list-style-type: none"> ● Définition des nouveaux médias ● Distinction : médias, nouveaux médias, plateformes, réseaux sociaux, Tics, etc. ● Penser les logiques de fonctionnement des nouveaux médias : organisation interne, acteurs, enjeux 				
Modalités de Contrôle des Connaissances : CC 1 (80%) : Ecrit (soumission d'un dossier sur une problématique précise) CC 2 (20%) : Oral (Présentation du dossier)				
Bibliographie indicative : <ul style="list-style-type: none"> ● Balle, F. & Eymery G., <i>Les nouveaux médias</i>, coll. « Que sais-je ? », PUF, 1996. ● De Rohegonde, A & Sénéjoux, R., <i>Médias : les nouveaux empires</i>, Editeurs First, 2017. ● Hoguet, B. <i>Créer et produire pour les nouveaux médias</i>, Poche, 2016. 				

12.1.6. La socio-économie des nouveaux médias

Module : La socio-économie des nouveaux médias Responsable du Module : Dr Simon Ngono	Code :			
	UE : 1		Crédits ECTS : 1	
	CM	TD	TP	Total
	10			10
Objectif : Analyser les nouveaux médias et les modèles des industries culturelles et créatives				
Résultats d'apprentissage : <ul style="list-style-type: none"> ● Comprendre, expliquer et analyser les nouveaux médias dans leurs dimensions socio-économiques ● Présenter et évaluer les modèles génériques des industries culturelles et créatives 				
Pré-requis : Aucun				
Contenu : <ul style="list-style-type: none"> ● Prolégomènes sur l'économie politique de la communication ● Logiques de production (contenus, formats, procédés, etc.), de création de la valeur (audience, revenus) et principes de légitimation (professionnel, équipe) ● Modèles socio-économiques des industries culturelles et créatives ● Débat épistémologique autour du renouvellement et/ou de la persistance des modèles classiques à l'ère numérique 				
Modalités de Contrôle des Connaissances : CC 1 (100%) : Ecrit (dissertation sur une problématique)				
Bibliographie indicative : <ul style="list-style-type: none"> ● MOEGLIN Pierre (2007). <i>Des modèles socioéconomiques en mutation</i>, pp. 151-162 in BOUQUILLON, Philippe, COMBES, Yolande (dir.), <i>Les industries de la culture et de la communication en mutation</i>, Paris, L'Harmattan. ● Rieffel, R., <i>Sociologie des Médias</i>, Editions Ellipses, 2015. ● Rouet, G., <i>Usages politiques des nouveaux médias (Local et Global)</i>, Editions L'Harmattan, 2012. 				

12.1.7. Conception des sites Web

Module : Conception des sites Web Responsable du Module : Dr (Mme) Sabeena Dowlut	Code :			
	UE : 2		Crédits ECTS : 5	
	CM	TD	TP	Total
	10	20		30
Objectif : L'objectif de ce cours est de permettre à l'étudiant de réaliser des pages Web attractives et compatibles avec différents navigateurs,				
Résultats d'apprentissage : <ul style="list-style-type: none"> ● planifier et réaliser des pages Web simples qui sont compatibles avec les différents navigateurs internet ● mettre en forme et structurer la page en ajoutant des images, des formulaires entre autres ● Connaître un système de gestion de contenu (CMS) ● Savoir référencer un site 				
Pré-requis : Aucun				
Contenu : <ul style="list-style-type: none"> ● Développement d'un site internet HTML5, ● Les dernières nouveautés HTML5 (le lecteur vidéos compatible mobiles,...) ● Pages Web en CSS3 ● Création des pages compatibles avec les différents navigateurs internet ● Content Management System : principes et outils de référencement 				
Modalités de Contrôle des Connaissances : CC 1 (70%) : TP - Projet site web CC 2 (30%) : QCM				
Bibliographie indicative : <ul style="list-style-type: none"> ● Andrieu, O., <i>Référencement Google, mode d'emploi</i>, Eyrolles, 2021 ● Chartier, M. & Martin, A., <i>Techniques de référencement web : Audit et suivi SEO Ed. 4</i>, Eyrolles, 2021 ● Macaulay, M. (2017) <i>Introduction to Web Interaction Design: With HTML and CSS</i>, Chapman and Hall/CRC ● Michaud, T. (2013) <i>Foundations of Web Design: Introduction to HTML & CSS</i>, New Riders Publishing; Illustrated edition 				

12.1.8. Le coding pour débutants

Module : Le coding pour débutants Responsable du Module : M. Pascal Boncoeur	Code :			
	UE : 2		Crédits ECTS : 5	
	CM	TD	TP	Total
	10	20		30
Objectif : Développer les compétences en programmation				
Résultats d'apprentissage : <ul style="list-style-type: none"> ● Développer des compétences en mathématiques et statistiques de base ● Présenter, définir et expliquer les concepts fondamentaux de la programmation informatique ● Acquérir une solide expérience dans la conception, la programmation, le test et le débogage de programmes simples en apprenant un nouveau langage de programmation 				
Pré-requis : Aucun				
Contenu : <ul style="list-style-type: none"> ● Mathématiques et statistiques de base pour les sciences des données ● Notions d'algorithme ● « Flowcharts » ● Concepts de programmation ● Environnement de développement intégré ● Types de données fondamentales ● Exécution séquentielle ● Exécution conditionnelle ● Concept de Répétition 				
Modalités de Contrôle des Connaissances : CC 1 (50%) – TP : travaux pratiques CC 2 (50%) – DS (mini-projet) : 1 projet pour mettre en valeur les compétences de base acquises en langage de programmation				
Bibliographie indicative : <ul style="list-style-type: none"> ● Canning C. (2014) <i>Statistics for Humanities</i>. Brighton UK. Ebook is found on the website www.statisticsforhumanities.net ● Gaddis T. (2015) <i>Starting Out with Python. 3rd Global Edition</i>. Pearson Education Limited. ● Matthes, E. (2016) <i>Python Crash Course</i>. No Starch Press Inc ● Schultz, E., & Bussonnier, M. (2021). <i>Python pour les SHS : Introduction à la programmation pour le traitement de données</i>. ● Shovic J. and Simpson A. (2019) <i>Python ALL-IN-ONE</i>. John Wiley and Sons 				

12.1.9. Méthodologie de conception de système d'information

Module : Méthodologie de conception de système d'information Responsable du Module : Dr (Mme) Sabeena Dowlut	Code :			
	UE : 3		Crédits ECTS : 5	
	CM	TD	TP	Total
	15	15		30
Objectif : Acquérir les concepts, techniques et outils qui permettent d'adopter une démarche méthodologique complète et rigoureuse lors de la conception des systèmes d'information en utilisant la méthode Merise/UML.				
Résultats d'apprentissage : <ul style="list-style-type: none"> ● Comprendre l'importance des données et la notion de système d'information ● Comprendre et expliquer les concepts, techniques et outils de la méthode Merise/UML ● Connaître le vocabulaire spécifique de ces méthodes ● Créer des modèles conceptuels en utilisant MERISE/UML 				
Pré-requis : Aucun				
Contenu : <ul style="list-style-type: none"> ● Définition du système d'information ● L'importance des données. ● Les méthodes d'analyse des systèmes d'information ● Introduction à Merise/UML ● Construction des modèles conceptuels de données 				
Modalités de Contrôle des Connaissances : CC 1 (50%) – TP : travaux pratiques CC 2 (50%) – DS (mini-projet) : 1 projet pour mettre en valeur les compétences de base acquises				
Bibliographie indicative : <ul style="list-style-type: none"> ● Baptiste, J-L., <i>MERISE – guide pratique</i>, ENI Editions, 2009 ● Roy, G. <i>Conception de bases de données avec UML</i>, Presses de L'Université de Québec, 2009. 				

12.1.10. Méthodologie de mémoire

Module : Méthodologie de mémoire Responsable du Module : Dr (Mme) Neelam Pirbhai-Jetha	Code :			
	UE : 3		Crédits ECTS : 5	
	CM	TD	TP	Total
	20	20		40
Objectif : Développer des compétences et connaissances dans la rédaction d'un mémoire de recherche				
Résultats d'apprentissage : <ul style="list-style-type: none"> ● Découvrir les parties d'un mémoire ● Formuler la problématique et des questions de recherches entre autres ● Rédiger une revue de littérature ● Définir sa méthodologie de recherche interdisciplinaire (qualitative, quantitative, mixte...) ● Élaborer une proposition de recherche ● Sensibiliser à l'éthique de la recherche 				
Pré-requis : Aucun				
Contenu : Ce module permettra aux apprenants de rédiger leur mémoire de fin d'études <ul style="list-style-type: none"> ● Concepts de base de la recherche, ses méthodologies et composantes ● Les différents types de recherche et la recherche interdisciplinaire ● Les différentes étapes de la démarche scientifique et les différentes parties d'une recherche scientifique ● L'éthique dans la recherche ● Apport informatique dans la rédaction d'un travail scientifique : <ul style="list-style-type: none"> ○ Les normes bibliographiques ○ Techniques pour insérer les citations, les références, les notes de bas de page, feuilles de style... 				
Modalités de Contrôle des Connaissances : CC 1 (20%) : Ecrit (Chaque apprenant doit identifier et définir un thème de recherche (le titre, la question de recherche, l'hypothèse...), le poster dans le Forum de discussion et faire des échanges en cours) CC 2 (80%) : Ecrit et Oral - Rédaction et Présentation de sa proposition de recherche				
Bibliographie indicative : <ul style="list-style-type: none"> ● Corbière, M., & Larivière, N. (2014). <i>Méthodes qualitatives, quantitatives et mixtes dans la recherche en sciences humaines, sociales et de la santé</i>. ● Deladrière, J-L., <i>Organisez vos idées avec le mind-mapping</i>, Paris, Editions Dunod, 2007. ● Depoy E. & Gitlin L. (2016) <i>Introduction to Research - Understanding and Applying Multiple Strategies</i>. Missouri: Elsevier. ● Lancianot-Morandat, C. (2019) <i>Le travail de recherche. Production de savoirs et pratiques scientifiques et techniques</i>. CNRS ● Leavy, P. (2017) <i>Research Design: Quantitative, Qualitative, Mixed Methods, Arts-Based and Community-Based Participatory Research Approaches</i>. The Guildford Press. 				

12.2. Semestre 8

12.2.1. Analyse des données textuelles

Module : Analyse des données textuelles Responsable du Module : Dr (Mme) Neelam Pirbhai-Jetha/ M. Pascal Boncoeur	Code :			
	UE : 4		Crédits ECTS : 3	
	CM	TD	TP	Total
	10	10		20
Objectif : Développer des compétences dans l'analyse textuelle des données				
Résultats d'apprentissage : <ul style="list-style-type: none">● Se familiariser avec les différents concepts et projets qui utilisent l'analyse des données textuelles● Analyser de façon critique les différentes approches à l'analyse textuelle● Appliquer quelques concepts de base en statistiques dans l'analyse des données textuelles● Explorer et visualiser des recueils de textes● Utiliser un outil informatique/logiciel pour l'analyse des données et démontrer ses résultats				
Pré-requis : Maîtrise de base de l'informatique et de la programmation				
Contenu : <ul style="list-style-type: none">● Fondamentaux de l'analyse textuelle● Différentes approches à l'analyse textuelle● L'informatique et l'analyse des données : quelques projets (ex. Google Ngram, Iramuteq ...)● Analyse qualitative et quantitative des données textuelles (ex: avec le logiciel R/Python..)				
Modalités de Contrôle des Connaissances : CC 1 (20%) : Résumé et discussion sur une approche à l'analyse textuelle sur le forum. CC 2 (20%) : Exercices sur l'analyse textuelle CC 3 (30%) : Exercices sur l'analyse textuelle CC 3 (30%) : Analyse d'un texte : Présentation				
Bibliographie indicative : <ul style="list-style-type: none">● Canning C. (2014) <i>Statistics for Humanities</i>. Brighton UK. Ebook is found on the website www.statisticsforhumanities.net● Lebart et al (2019) <i>Analyse des données textuelles</i>. Presses de l'université du Québec● Jockers, M. & Thalken, R. (2020) <i>Text Analysis with R for Students of Literature</i>, Springer				

12.2.2. Le storytelling dans les nouveaux médias

Module : Le storytelling dans les nouveaux médias Responsable du Module : Dr (Mme) Neelam Pirbhai-Jetha & Dr Simon Ngono	Code :			
	UE : 4		Crédits ECTS : 2	
	CM	TD	TP	Total
	5	10		15
Objectif : Comprendre et utiliser le concept de « storytelling » dans les nouveaux médias.				
Résultats d'apprentissage : <ul style="list-style-type: none"> ● Comprendre et définir le concept de storytelling ● Comprendre et expliquer le lien entre storytelling et nouveaux médias ● Produire des contenus interactifs et créer un storyboard 				
Pré-requis : Connaissance des outils numériques				
Contenu : <ul style="list-style-type: none"> ● Spécificités du storytelling : définitions et approches théoriques ● Le storytelling comme modalités de communication et élément marketing ● Rôle et enjeux du storytelling dans la production et la valorisation de contenus dans les plateformes numériques ● Procédés d'optimisation des campagnes de storytelling sur les plateformes numériques ● Le storytelling dans les nouveaux médias : vlogs, réseaux sociaux... 				
Modalités de Contrôle des Connaissances : CC 1 (50%) : Ecrit : Rédiger une synthèse de quelques articles sur le storytelling et les nouveaux médias CC 2 (50%) : Ecrit/Oral : Présenter un projet de storytelling en groupe				
Bibliographie indicative : <ul style="list-style-type: none"> ● Mihães et al (2021) <i>Handbook of Research on Contemporary Storytelling Methods Across New Media and Disciplines</i>, Advances in Linguistics and Communication Studies (ALCS) Book Series, IGI Global ● McErlean, K. (2018) <i>Interactive Narratives and Transmedia Storytelling: Creating Immersive Stories Across New Media Platforms</i>. Routledge 				

12.2.3. Stratégies de communication numérique

Module : Stratégies de communication numérique Responsable du Module : Dr Simon Ngonu et Dr (Mme) Neelam Pirbhai-Jetha	Code :			
	UE : 4		Crédits ECTS : 2	
	CM	TD	TP	Total
	10	10		20
Objectif : Développer des compétences en stratégies de communication numérique				
Résultats d'apprentissage : <ul style="list-style-type: none"> ● Comprendre et expliquer des concepts de stratégies et de communication numérique ● Explorer les différentes stratégies de communication numérique ● Présenter les enjeux et articulations d'une stratégie de communication numérique 				
Pré-requis : Aucun				
Contenu : <ul style="list-style-type: none"> ● Stratégies de déploiement des acteurs et producteurs de contenus sur les plateformes numériques ● Procédés de valorisation de production audiovisuelles sur les réseaux socio-numériques ● Emphase sur quelques stratégies de communication numérique : buzz marketing, celebrity marketing, teasing, etc. ● Elaboration, articulation et mise en place d'un plan de communication numérique : études de cas 				
Modalités de Contrôle des Connaissances : CC 1 (50%) : Ecrit – Etudes de cas CC 2 (50%) : Oral – Présentation				
Bibliographie indicative : <ul style="list-style-type: none"> ● Cruz, J., & Leal, A., <i>La communication numérique comme stratégie dans les organisations du secteur tertiaire : Stratégie de communication numérique pour le positionnement des organisations</i>, Editions Notre Savoir, 2022. ● Ivanov, I., <i>La communication de crise à l'ère du numérique : Stratégies, processus et pratiques</i>, Presses de l'Université du Québec, 2021. ● Montaignu, G. et al., <i>Le marketing digital : Développer sa stratégie numérique</i>, Eyrolles, 2019. 				

12.2.4. Médiation culturelle à l'ère numérique

Module : Médiation culturelle à l'ère du numérique Responsable du Module : Dr (Mme) Nathalie Noël	Code :			
	UE : 4		Crédits ECTS : 3	
	CM	TD	TP	Total
	10	10		20
Objectif : Permettre à l'apprenant de comprendre et d'explorer le concept de médiation culturelle appliqué au numérique Résultats d'apprentissage : <ul style="list-style-type: none"> ● Comprendre et expliquer le concept de médiation culturelle ● Comprendre les enjeux de l'introduction du numériques dans les milieux culturels (archivages, valorisations et usages dans les musées, bibliothèques...) ● Découvrir et analyser la relation entre outils du numérique et la de médiation culturelle 				
Pré-requis : Aucun				
Contenu : <ul style="list-style-type: none"> ● Définitions de la médiation culturelle ● L'introduction du numérique dans le domaine culturel et ses enjeux. ● Les outils du numérique au service de la médiation culturelle 				
Modalités de Contrôle des Connaissances : CC 1 (50%) : (Écrit) - Analyse critique sur les outils du numérique au service de la médiation culturelle dans un lieu culturel (musée, bibliothèque...) CC 2 (50%) : (Oral) – Présentation de l'analyse				
Bibliographie non exhaustive : <ul style="list-style-type: none"> ● BROCHU Danièle, DAVALLON Jean, CAMIRAND Claude, GOTTESDIENER Hana, LE MAREC Joëlle, LEMIEUX Andrée, POLI Marie-Sylvie, TARI Katy, <i>Les musées face à l'édition multimédia</i>, Dijon, OCIM, 1999 ● CAUNE Jean, <i>Culture et communication, convergences théoriques et lieux de médiation</i>, PUG, 1995 ● CAUNE Jean, <i>Pour une éthique de la médiation. Le sens des pratiques culturelles</i>, PUG, 1999 ● CAILLET Elisabeth, <i>A l'approche du musée, la médiation culturelle</i>. Presse universitaire de Lyon, 1995 ● DAVALLON Jean, <i>L'exposition à l'œuvre, stratégies de communication et médiation symbolique</i>, l'Harmattan, 1999 ● GOLDSTEIN Bernadette, LE MAREC Joëlle, TOPLIAN Roland, PONTS-LAJUS Serges, <i>Intéactifs fonctions et usages dans les musées</i>, Ministère de la culture, Paris, Direction des musées de France, 1996 				

12.2.5. Base de données

Module : Base de données Responsable du Module : Dr (Mme) Sabeena Dowlut	Code :			
	UE : 5		Crédits ECTS : 4	
	CM	TD	TP	Total
	15	15		30
<p>Objectifs : À la fin de ce cours, les étudiants seront capables d'écrire des requêtes SQL complexes et comprendre comment ces requêtes sont traduites, optimisées et exécutées par un système de gestion de bases de données (SGBD)</p> <p>Résultats d'apprentissage :</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Expliquer l'utilisation de SQL pour les sciences des données ● Comprendre, utiliser et écrire les différentes fonctions et commandes de SQL en créant des tables ● Manipuler les données et utiliser SQL pour interroger une base de données 				
<p>Pré-requis : Aucun</p>				
<p>Contenu :</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Historique et normes SQL ● Installation du logiciel ● Les bases de données relationnelles ● La définition des données (types de données et bases de données, création/suppression/modification... de tables, l'intégrité des données (clé primaire...)) ● Manipulation des données (la sélection des données, les fonctions utilisées lors d'un regroupement, ...) 				
<p>Modalités de Contrôle des Connaissances : CC 1 : Mini Projet (50%) CC 2 : TD Noté (25%) CC 3 : TP Noté (25%)</p>				
<p>Bibliographie indicative :</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Bison, A.C., <i>SQL - Les fondamentaux du langage (avec exercices et corrigés)</i>, Editions ENI, 2020 ● Malik U et al., <i>SQL for Data Analytics: Perform fast and efficient data analysis with the power of SQL</i>, Packt Publishing, 2019 				

12.2.6. Coding intermédiaire

Module : Coding intermédiaire Responsable du Module : M. Pascal Boncoeur	Code :			
	UE : 5		Crédits ECTS : 4	
	CM	TD	TP	Total
	15	15		30
Objectif : <ul style="list-style-type: none"> ● Développer des compétences avancées dans la programmation Résultats d'apprentissage : <ul style="list-style-type: none"> ● Introduire et expliquer les concepts de programmation modulaire ● Acquérir les compétences nécessaires pour manipuler des fichiers à l'aide de fonctions intégrées (ex. python) ● Développer des applications avec des bases de données 				
Pré-requis : Réussite dans les cours précédents de programmations				
Contenu : <ul style="list-style-type: none"> ● Algorithme avancé ● Programmation modulaire : créez des fonctions définies par l'utilisateur en python ● Bibliothèques python intégrées : utilisez les bibliothèques intégrées python pour les calculs mathématiques et statistiques ● Manipulation de données à partir de fichiers texte et csv : récupération, chargement et modification de données à l'aide de python ● Connectivité de la base de données : connectez l'application python à une base de données d'entreprise telle que MySQL, NoSQL, SQL Server ● Manipulation de la base de données à l'aide de python et SQL : insérer, visualiser et supprimer des données dans la base de données à l'aide de Python et SQL 				
Modalités de Contrôle des Connaissances : CT 1 (50%) – Examens : Travaux pratiques CC 1 (50%) – DS (dossier) : Projet Pratique				
Bibliographie indicative : <ul style="list-style-type: none"> ● Gaddis T. (2015) <i>Starting Out with Python. 3rd Global Edition</i>. Pearson Education Limited. ● Matthes, E. (2016) <i>Python Crash Course</i>. No Starch Press Inc ● Myers J., & Copeland, R. (2015), <i>Essential SQLAlchemy: Mapping Python to Databases</i>, O'Reilly Media. ● Schultz, E., & Bussonnier, M. (2021). <i>Python pour les SHS : Introduction à la programmation pour le traitement de données</i> ● Shovic J. and Simpson A. (2019) <i>Python ALL-IN-ONE</i>. John Wiley and Sons 				

12.2.7. Intelligence artificielle et les industries culturelles et créatives 1

Module : Intelligence artificielle et les industries culturelles et créatives 1 Responsable du Module : M. Pascal Boncoeur/Dr (Mme) Neelam Pirbhai-Jetha	Code :			
	UE : 5		Crédits ECTS : 4	
	CM	TD	TP	Total
	15	15		30
Objectifs : Comprendre et expliquer l'émergence du big data et les concepts de base du machine learning/intelligence artificielle dans les industries culturelles et créatives Résultats d'apprentissage : <ul style="list-style-type: none"> ● Explorer et analyser les théories et concepts de base autour du machine learning, de l'intelligence artificielle et du big data dans les industries culturelles et créatives ● Réfléchir à la question éthique et la cybersécurité liée à l'intelligence artificielle ● Gérer, visualiser et analyser des données ● Découvrir les outils d'analyse et des projets 				
Pré-requis : Maîtrise de la programmation				
Contenu : Partie 1 : <ul style="list-style-type: none"> ● Définitions de data, big data, Web data, data warehousing... ● L'usage de l'intelligence artificielle dans industries culturelles et créatives ● Science des données dans différentes filières (santé, marketing, arts, sciences humaines...) ● L'éthique et le big data ● Cybersécurité ● Gestion et analyse des données : SQL, NoSQL, ... ● Réflexion sur un projet (qui peut être lié à son mémoire de master) et pour le module « Intelligence artificielle et les industries culturelles et créatives 2 » 				
Modalités de Contrôle des Connaissances : CC 1 (50%) : Ecrit – Analyse critique CC 2 (50%) : Ecrit/Oral				
Bibliographie indicative : <ul style="list-style-type: none"> ● Courbe, T. (2022). La fédération et la dynamisation des industries culturelles et créatives en France passeront par l'innovation et les nouvelles technologies. <i>Annales des Mines - Réalités industrielles</i>, 2022, 47-49. https://doi.org/10.3917/rindu1.221.0047 ● De Ponteves, H., <i>AI Crash Course</i>, Packt Publishing, 2019 ● Eyraud, C. (2008). <i>Les données chiffrées en sciences sociales</i>. ● Howell, D. C., Bestgen, Y., Yzerbyt, V., & Rogier, M. (2008). <i>Méthodes statistiques en sciences humaines</i>. ● Huot, C. (2022). Tendances et perspectives de l'intelligence artificielle dans le secteur de l'information-documentation : vision prospective R&D et applications dans le monde des affaires: L'analyse et la vision du Président de Cap Digital. <i>I2D - Information, données & documents</i>, 1, 88-96. https://doi.org/10.3917/i2d.221.0088 ● Jiang, H., <i>Machine Learning Fundamentals: A Concise Introduction</i>, Cambridge University Press, 2021 ● Kamal, R. & Saxena, P., <i>Big Data Analytics</i>, McGraw Hill Education, 2019 ● Kubat, M., <i>An Introduction to Machine Learning</i>, Springer, 2021. ● Schiuma G. & Carlucci, D., <i>Big data in the Arts and Humanities – Theory and Practice</i>, Taylor & Francis, 2018. 				

12.2.8. Gestion de Projet 1

Module : Gestion de Projet 1 Responsable du Module : Dr (Mme) Sabeena Dowlut	Code :			
	UE : 6		Crédits ECTS : 2	
	CM	TD	TP	Total
	10	10		20
Objectifs : Acquérir les méthodes et les outils fondamentaux de la gestion de projet pour piloter un projet				
Résultats d'apprentissage : <ul style="list-style-type: none"> ● Explorer les concepts clés de la gestion de projet ● Identifier et évaluer le rôle et les responsabilités du chef de projet ● Identifier et décrire les étapes importantes d'un projet ● Découvrir la méthode Agile et les outils de gestion de projet 				
Pré-requis : Compétences rédactionnelles et techniques				
Contenu : <ul style="list-style-type: none"> ● Définitions : projet, gestion de projet ● Types de projet ● Cycle de vie d'un projet (Project Life Cycles vs Products Life Cycles) ● Gestion de projet (description de l'objectif, les étapes du cycle de vie du projet et le rôle de chacun, ...) ● la Méthode Agile ● Les outils et logiciels de gestion de projet 				
Modalités de Contrôle des Connaissances : CC 1 (50%) : QCM/Questions structurées CC 2 (50%) : Ecrit – Etudes de cas				
Bibliographie indicative : <ul style="list-style-type: none"> ● Phillips, J., PMP – Project Management Professional, McGraw Hill, 2022 				

12.2.9. Séminaires de progression (mémoire)

Module : Séminaires de progression (mémoire) Responsable du Module : Dr (Mme) Neelam Pirbhai-Jetha	Code :			
	UE : 6		Crédits ECTS : 2	
	CM	TD	TP	Total
		20		20
Objectifs : Améliorer les compétences rédactionnelles en écriture scientifique				
Résultats d'apprentissage : <ul style="list-style-type: none"> ● Accompagner l'apprenant à réaliser le mémoire de 2e cycle et l'inciter à le terminer dans les délais ● Répondre aux exigences de fond et de forme relatives à la rédaction du mémoire 				
Pré-requis : Gestion du temps Bonne maîtrise des langues, de la présentation et des outils informatiques				
Contenu : Séminaires collectifs où les apprenants présentent en face à face et sur le forum de discussion: <ul style="list-style-type: none"> ● Le titre/l'objet/problématiques de recherche ● Revue de littérature ● Méthodologie de recherche ● Analyse des données 				
Modalités de Contrôle des Connaissances : CC 1 (25%) : Assiduité et Discussion constructive sur le forum CC 2 (25%) : Présentation 1: Titre/Objectifs/Questions de recherche/Problématique CC 2 (25%) : Présentation 2: Revue de littérature CC 2 (25%) : Présentation 3: Méthodologie de recherche				
Bibliographie indicative <ul style="list-style-type: none"> ● Corbière, M., & Larivière, N. (2014). <i>Méthodes qualitatives, quantitatives et mixtes dans la recherche en sciences humaines, sociales et de la santé</i>. ● Deladrière, J-L., <i>Organisez vos idées avec le mind-mapping</i>, Paris, Editions Dunod, 2007. ● Depoy E. & Gitlin L. (2016) <i>Introduction to Research - Understanding and Applying Multiple Strategies</i>. Missouri: Elsevier. ● Lancianot-Morandat, C. (2019) <i>Le travail de recherche. Production de savoirs et pratiques scientifiques et techniques</i>. CNRS ● Leavy, P. (2017) <i>Research Design: Quantitative, Qualitative, Mixed Methods, Arts-Based and Community-Based Participatory Research Approaches</i>. The Guildford Press. 				

12.2.10. L'avant-projet (Mémoire – Partie 1)

Module : L'avant-projet (Mémoire – Partie 1) Responsable du Module : Dr (Mme) Neelam Pirbhai-Jetha	Code :			
	UE : 6		Crédits ECTS : 4	
	CM	TD	TP	Total
Objectifs : Développer des compétences rédactionnelles et orales				
Résultats d'apprentissage : <ul style="list-style-type: none"> ● Savoir mener des recherches ● Développer les techniques rédactionnelles en recherche scientifique et l'esprit critique 				
Pré-requis : Bonne maîtrise des langues (anglais/français) et des outils informatiques Réussite dans les modules sur la recherche				
Contenu : L'avant-projet est la première partie du projet final que les apprenants doivent soumettre en semestre 10. L'avant-projet est soumis à la fin du semestre 8. L'avant-projet, tout comme le projet, représente une œuvre inédite destinée à être consultée par la communauté scientifique. Il fait environ 10,000 à 15,000 mots et doit contenir : <ul style="list-style-type: none"> ● un titre ● Une introduction : le contexte, la problématique (position générale du problème, pertinence de la recherche...) ; les objectifs entre autres ● Une revue de littérature, et des références bibliographiques, entre autres 				
Rencontre mensuelle obligatoire pour connaître l'avancée du travail/Séminaires de progression (voir module).				
Modalités de Contrôle des Connaissances : CC (100%) : Dossier écrit + présentation orale (avec équipe pédagogique) Le dossier/la présentation peut être en anglais ou en français				
Bibliographie indicative : Dossier à soumettre				

12.3. Semestre 9

12.3.1. Découverte comportement et entrepreneuriat

Module : Découverte comportement et entrepreneuriat Responsable du Module : Professeur Alain Cucchi	Code :			
	UE : 7		Crédits ECTS : 3	
	CM	TD	TP	Total
	10	10		20
Objectifs : Mieux comprendre les enjeux liés au projet entrepreneurial et à son porteur Résultats d'apprentissage : <ul style="list-style-type: none"> • Identifier et expliquer des différentes formes d'entrepreneuriat • Découvrir les industries culturelles et créatives de l'indianocéanie • Explorer les caractéristiques des écosystèmes liés à l'entrepreneuriat • Développer des compétences entrepreneuriales afin de porter un projet entrepreneurial 				
Pré-requis : Aucun				
Contenu : <ul style="list-style-type: none"> • Entreprendre, c'est quoi ? <ul style="list-style-type: none"> ○ Entreprise et innovation ○ Différentes formes d'entrepreneuriat ○ L'écosystème entrepreneurial ○ L'importance de l'entrepreneuriat • Industries culturelles et créatives <ul style="list-style-type: none"> ○ Types d'industries culturelles au XXI^e siècle de l'indianocéanie • Découverte comportementale <ul style="list-style-type: none"> ○ Mieux se connaître ○ La figure de l'entrepreneur dans la pensée politique, économique et sociale ○ Compétences entrepreneuriales 				
Modalités de Contrôle des Connaissances : CC 1 (50%) : Etudes de cas CC 2 (50%) : Oral				
Bibliographie non-exhaustive : <ul style="list-style-type: none"> • Butler, E., <i>An Introduction to Entrepreneurship</i>, The Institute of Economic Affairs, 2020 • Jiang, C., <i>Development of China's Cultural Industry</i>, Springer, 2019 • Léger-Jarniou C. et al, <i>Entrepreneuriat</i>, Dunod, 2016 • Oakley, K. & O'Connor, J., <i>The Routledge Companion to the Cultural Industries</i>, Routledge, 2015 • Peris-Ortiz et al, <i>Cultural and Creative Industries – A Path to Entrepreneurship and Innovation</i>, Springer, 2019. • Schmitt, C., <i>La fabrique de l'entrepreneuriat</i>, Dunod, 2018 				

12.3.2. Conception et réalisation de productions audiovisuelles

Module : Conception et réalisation de productions audiovisuelles Responsable du Module : Mme Shameera Lauthan & Dr (Mme) Neelam Pirbhai-Jetha	Code :			
	UE : 7		Crédits ECTS : 4	
	CM	TD	TP	Total
	10	20		30
Objectif : <ul style="list-style-type: none"> Comprendre et appliquer les étapes générales de conception et de réalisation de productions audiovisuelles 				
Résultats d'apprentissage : <ul style="list-style-type: none"> Découvrir l'impact du numérique dans la conception et réalisation de productions audiovisuelles Comprendre et expliquer les fondamentaux du langage audiovisuel Mettre à l'écrit et expliquer son intention/projet Explorer, comprendre et appliquer les bases techniques et artistiques de prises de vues, prises de son et de montage 				
Pré-requis : Être à l'aise avec l'environnement informatique				
Contenu : <ul style="list-style-type: none"> Evolution du numérique dans la création et diffusion de contenus audiovisuels Culture audiovisuelle et sémiologie de l'image Enjeux à la réalisation et concepts de base Stratégies et techniques de production selon les formats (court, moyen, long) en lien avec les plateformes de diffusion (RSN, Youtube), la nature de production (vlog, publicité, clip d'annonce, etc.) Présentation des logiciels de montage, technique de prise de vue, de plans, de son, etc. Production audiovisuelle et étude de cas 				
Modalités de Contrôle des Connaissances : CC 1 (30%) : Projet – Cahier de charges/Conception et écriture d'une production audiovisuelle CC 2 (50%) : Projet – Montage du projet CC 3 (20%) : Oral – Présentation				
Bibliographie indicative : <ul style="list-style-type: none"> Albornoz L. A. & Garcia Leiva, T., <i>Audiovisual Industries and Diversity – Economics and Policies in the Digital Age</i>, Routledge, 2019 Béjot, V., <i>La petite boîte à outils du podcast</i>, Dunod, 2020. Levy, E. <i>How to write, direct, edit and produce a short film</i>, Henry Holt & co, 2014. Monestiez, J. et al, <i>Le Manuel de la production : Cinéma & Audiovisuel</i>, Ellipses, 2021. Underdahl K., <i>Digital Video for Dummies</i>, Wiley Publishing, 2003 				

12.3.3. Innovation managériale, sociale et technologique

Module : Innovation managériale, sociale et technologique	Code :			
	UE : 7		Crédits ECTS : 3	
	CM	TD	TP	Total
Responsable du Module : Professeur Alain Cucchi	10	10		20
<p>Objectifs : Développer des compétences de base en innovation managériale afin de comprendre comment tout cela permette de soutenir le projet entrepreneurial</p> <p>Résultats d'apprentissage :</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Explorer et analyser les différentes notions autour de l'innovation managériale, sociale, technologique ● Identifier et comprendre les différents facteurs qui puissent influencer, activer et inhiber le processus d'innovation ● Appréhender les bases de l'innovation durable et de l'éco-innovation ● Développer l'esprit critique en analysant des situations réelles (études de cas) 				
<p>Pré-requis : Aucun</p>				
<p>Contenu :</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Définitions et concepts d'un point de vue théorique ● Le concept de l'innovation : (1) l'innovation dans la pratique, les moteurs et les obstacles (2) les théories clés de l'innovation (3) l'innovation dans un contexte historique (4) la mesure de l'innovation, y compris l'analyse comparative (5) la gestion de l'innovation dans un contexte de réseau et (6) le rôle des différents acteurs du réseau dans le processus d'innovation. ● Distinction entre invention et innovation ● Les théories et les modèles d'innovation : les cinq générations de modèles d'innovation de Rothwell ● Les bases de l'innovation durable et de l'éco-innovation ● Etudes de cas sur l'innovation managériale... 				
<p>Modalités de Contrôle des Connaissances : CC 1 (50%) : Devoir écrit CC 2 (50%) : Présentation et/ou utilisation d'un serious game autour de l'innovation managériale en ligne</p>				
<p>Bibliographie indicative :</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Chaire Essec et al, <i>L'innovation managériale : Design thinking, réseaux apprenants, entreprise libérante, intelligence collective, modes collaboratifs; ateliers ... cabinet, hackathon, junior entrepreneur...</i>, Eyrolles, 2018 ● Jaouen, A. & Le Roy, F. <i>L'innovation managériale : Comptabilité Finance Marketing Contrôle Stratégie Management SI Production Entrepreneuriat RSE (Management Sup)</i>, Dunod, 2013 				

12.3.4. Gestion de projet 2

Module : Gestion de projet 2 Responsable du Module : Dr (Mme) Sabeena Dowlut	Code :			
	UE : 7		Crédits ECTS : 3	
	CM	TD	TP	Total
	10	10		20
Objectif : <ul style="list-style-type: none"> ● identifier les facteurs qui mènent à la réussite du projet et apprendre à planifier, analyser et gérer un projet. Résultats d'apprentissage : <ul style="list-style-type: none"> ● identifier un appel à projet. ● Répondre à l'appel et <ul style="list-style-type: none"> ○ Décrire les étapes de l'exécution d'un projet. ○ Décrire l'objectif et les composants de la planification de projet ○ Générer des diagrammes de Gantt ○ Distinguer, évaluer, hiérarchiser et gérer les risques du projet ○ Déterminer le budget d'un projet ○ Utiliser une des méthodologies Agile 				
Pré-requis : Réussite dans Gestion de projet 1				
Contenu : <ul style="list-style-type: none"> ● Identification d'un appel à projet (en groupe) ● Réponse à l'appel et soumission d'un dossier qui prend en considération les éléments suivants : <ul style="list-style-type: none"> ○ les étapes de l'exécution d'un projet ○ l'objectif et le plan du projet ○ diagrammes de Gantt et diagrammes de réseau. ○ les risques du projet. ○ le budget d'un projet. ○ Méthodologies de gestion de projet spéciales, notamment Agile, Scrum et Kanban. 				
Modalités de Contrôle des Connaissances : CC 1 (50%) : Mini-projet sur le développement et la gestion d'un projet concret CC 2 (50%) : Présentation				
Bibliographie indicative: Phillips, J., PMP – Project Management Professional, McGraw Hill, 2022				

12.3.5. Intelligence artificielle et les industries culturelles et créatives 2

Module : Intelligence artificielle et les industries culturelles et créatives 2 Responsable du Module : M. Pascal Boncoeur/ Dr (Mme) Neelam Pirbhai-Jetha	Code :			
	UE : 8		Crédits ECTS : 4	
	CM	TD	TP	Total
	15	15		30
Objectif : Appliquer les connaissances et compétences acquises en réalisant un projet concret autour de l'intelligence artificielle dans les industries culturelles et créatives				
Résultats d'apprentissage : <ul style="list-style-type: none"> ● Identifier un projet/un thème de recherche autour l'intelligence artificielle dans les industries culturelles et créatives ● Extraire, gérer, visualiser et analyser des données ● Réfléchir aux implications éthiques des données extraites et analysées 				
Pré-requis : Réussite dans le module Intelligence artificielle et les industries culturelles et créatives 1				
Contenu : <ul style="list-style-type: none"> ● Identification d'un projet/thème de recherche autour de l'intelligence artificielle dans les industries culturelles et créatives ● Outils numériques à utiliser ● Extraction, gestion et visualisation des données ● Les implications éthiques 				
Modalités de Contrôle des Connaissances : CC 1 (25 %) : Ecrit – Idéation et explication de l'objectif de son projet en classe et dans le Forum CC 2 (45 %) : Ecrit – Projet CC 3 (30%) : Oral – Présentation du projet				
Bibliographie indicative: <ul style="list-style-type: none"> ● Courbe, T. (2022). La fédération et la dynamisation des industries culturelles et créatives en France passeront par l'innovation et les nouvelles technologies. <i>Annales des Mines - Réalités industrielles</i>, 2022, 47-49. https://doi.org/10.3917/rindu1.221.0047 ● De Ponteves, H., <i>AI Crash Course</i>, Packt Publishing, 2019 ● Eyraud, C. (2008). <i>Les données chiffrées en sciences sociales</i>. ● Howell, D. C., Bestgen, Y., Yzerbyt, V., & Rogier, M. (2008). Méthodes statistiques en sciences humaines. ● Huot, C. (2022). Tendances et perspectives de l'intelligence artificielle dans le secteur de l'information-documentation : vision prospective R&D et applications dans le monde des affaires: L'analyse et la vision du Président de Cap Digital. <i>I2D - Information, données & documents</i>, 1, 88-96. https://doi.org/10.3917/i2d.221.0088 ● Jiang, H., <i>Machine Learning Fundamentals: A Concise Introduction</i>, Cambridge University Press, 2021 ● Kamal, R. & Saxena, P., <i>Big Data Analytics</i>, McGraw Hill Education, 2019 ● Kubat, M., <i>An Introduction to Machine Learning</i>, Springer, 2021. ● Schiuma G. & Carlucci, D., <i>Big data in the Arts and Humanities – Theory and Practice</i>, Taylor & Francis, 2018. 				

12.3.6. Traitement et analyse des images

Module : Traitement et analyse des images Responsable du Module : Dr (Mme) Neelam Pirbhai-Jetha/Pascal Boncoeur	Code :			
	UE : 8		Crédits ECTS : 4	
	CM	TD	TP	Total
	15	15		30
Objectif : Utiliser le data science pour récupérer et analyser des images Résultats d'apprentissage : <ul style="list-style-type: none"> ● Explorer la numérisation et l'archivage d'un corpus visuel ● Respecter les droits sur l'image ● Récupérer, manipuler, gérer, analyser et interpréter des images 				
Pré-requis : Connaissance des outils informatiques				
Contenu : Le corpus visuel : numérisation et archivage Droit sur l'image Récupération et manipulation des images La gestion numérique des images Nettoyage et enrichissement de ses données (ex. avec Openrefine) Analyse et Interprétation des données				
Modalités de Contrôle des Connaissances : CC 1 (30%) : Ecrit – Dossier 1 : Planification et explication de son projet (corpus visuel) CC 2 (40%) : Ecrit - Dossier 2 : Projet CC 3 (30%) : Oral - Présentation				
Bibliographie indicative: <ul style="list-style-type: none"> ● Sun, Y. et al (2017) <i>Intelligence Science and Big Data Engineering</i>, 7th International Conference, IScIDE 2017 Dalian, China, September 22–23, 2017 Proceedings ● Zhang, D. (2019) <i>Fundamentals of Image Data Mining Analysis, Features, Classification and Retrieval</i>, Springer 				

12.3.7. Ecriture scientifique et publication

Module : Ecriture scientifique et publication Responsable du Module : Dr (Mme) Neelam Pirbhai-Jetha	Code :			
	UE : 9		Crédits ECTS : 3	
	CM	TD	TP	Total
	10	10		20
Objectif : Rédiger un article scientifique pour publication				
Résultats d'apprentissage : <ul style="list-style-type: none"> ● Explorer les échantillons des écrits scientifiques afin de comprendre et d'analyser les procédés d'écriture, les conventions de publication... ● Développer l'esprit critique ● Publier un article 				
Pré-requis : Réussite dans les modules en Méthodologies de Recherche				
Contenu : <ul style="list-style-type: none"> ● Eléments clés et aspects de l'écriture scientifique ● Montage d'une communauté de chercheurs ou comité de lecteurs ou comité scientifique ● Identification d'une revue scientifique/conférence scientifique ● Soumission d'un article dans une revue/conférence 				
Modalités de Contrôle des Connaissances : CC 1 (100%) : Présentation de son article à soumettre/soumis				
Bibliographie indicative: <ul style="list-style-type: none"> ● Gibreel, M.O. (2020) <i>Comment rédiger et publier un article scientifique</i>, du désordre à la clarté. Editions Notre Savoir. ● Lancianot-Morandat, C. (2019) <i>Le travail de recherche. Production de savoirs et pratiques scientifiques et techniques</i>. CNRS. ● Lichtfouse, E. (2012) <i>Rédiger pour être publié ! : Conseils pratiques pour les scientifiques</i>. Springer Verlag France 				

12.3.8. Séminaires de recherche

Module : Séminaires de recherche Responsable du Module : Dr (Mme) Neelam Pirbhai-Jetha	Code :			
	UE : 9		Crédits ECTS : 3	
	CM	TD	TP	Total
	30			30
Objectif : Découvrir les différents types de manifestations scientifiques				
Résultats d'apprentissage : A la fin de ce cours l'étudiant va: <ul style="list-style-type: none"> ● connaître les différents types des manifestations scientifiques. ● participer, organiser et gérer une table ronde/séminaire/conférence/colloque 				
Pré-requis : Bonne communication écrite et orale				
Contenu : <ul style="list-style-type: none"> ● Méthodologie relative à l'organisation d'une manifestation scientifique (format d'événements, planification...) ● Organisation et Participation à une manifestation scientifique et professionnelle (ex. Gestion électronique de document, Text Encoding Initiative, la sécurité informatique, NFTs (Non-Fungible Token) and blockchains...) 				
Modalités de Contrôle des Connaissances : CC1 (100%) : Organisation* et/ou participation à des tables rondes/séminaires/conférences. Soumission d'un rapport				
Bibliographie indicative: <ul style="list-style-type: none"> ● Fenich G. G., (2015) Planning and Management of Meetings, Expositions, Events, and Conventions. Pearson ● O'Toole W. (2022) Events Feasibility and Development From Strategy to Operations, Routledge 				

12.3.9. La communication en milieu professionnel

Module : La communication en milieu professionnel	Code :			
	UE : 9		Crédits ECTS : 3	
	CM	TD	TP	Total
Responsable du Module : Dr (Mme) Neelam Pirbhai-Jetha	10	15		25
Objectif: <ul style="list-style-type: none"> • Développer des compétences à l’oral et à l’écrit Résultats d’apprentissage : <ul style="list-style-type: none"> • Développer et maîtriser les techniques de communication (non-)verbale, interpersonnelle et interculturelle pour une meilleure interaction professionnelle • Savoir rebondir efficacement face à des questions ou des situations inattendues • Gérer son stress/trac • Rédiger un CV et une lettre de motivation 				
Pré-requis :				
Contenu : <ul style="list-style-type: none"> • Parler en public : la communication (non-)verbale, le contenu pour une présentation orale en face à face et à distance • La communication interpersonnelle et interculturelle • L’entretien d’embauche : CV, lettres de motivation et entretiens d’embauche 				
Modalités de Contrôle des Connaissances : CC 1 (40%) : L’entretien d’embauche CC 2 (60%) : Présentation à l’oral sur un sujet				
Bibliographie indicative : <ul style="list-style-type: none"> • Anderson, C. (2017) <i>Parler en public : TED – le guide officiel</i>. Paris: Flammarion. • Chabault V. (2011) <i>Projet personnel et professionnel</i>. Paris, Gualino Eds, coll. “Carrés iut”. • Chabault V. (2018), <i>Construire son projet personnel et professionnel...</i> Paris: Edition EMS. • Chambaretaud, D. (2016) <i>18 minutes pour réussir votre présentation</i>. Paris: Eyrolles, 2016. • Charles R. et al. (2020) <i>La communication orale</i>. Paris: Nathan. • Fayet, M. & Commeignes J-D. (2008). <i>Méthodes de communication écrite et orale</i>. Paris: Dunod. • Simonet, J. & Simonet, R. (2018). <i>Argumenter pour convaincre : Techniques pour déjouer les pièges et influencer avec succès</i>. Paris : Eyrolles. • Willieme C. & Charles, R. (1999). <i>La communication orale</i>. Paris: Nathan 				

12.4. Semestre 10

12.4.1. Stage (16 semaines) ou création d'entreprise (industries culturelles et créatives)

Module : Stage (16 semaines) ou création d'entreprise (industries culturelles) Responsable du Module : Dr (Mme) Neelam Pirbhai-Jetha	Code :			
	UE : 10		Crédits ECTS : 15	
	CM	TD	TP	Total
Objectif : <ul style="list-style-type: none"> ● Réaliser un stage en milieu professionnel ou créer sa start-up 				
Résultats d'apprentissage : <ul style="list-style-type: none"> ● Développer des compétences interpersonnelles et interculturelles ● Acquérir de l'expérience en milieu professionnel, afin de mettre en pratique les compétences et connaissances acquises lors de ce Master ● Ou Connaître les étapes et entamer les procédures pour créer sa start-up 				
Pré-requis : Réussite dans les modules précédents				
Contenu : <ul style="list-style-type: none"> ● Un stage conventionné en entreprise ou en laboratoire de 4 mois, à temps plein, doit être réalisé au second semestre de la dernière année ● Ou Planification et montage de sa start-up ● Rapport de stage et Soutenance obligatoire 				
Modalités de Contrôle des Connaissances : CC 1 (100%): Rapport de stage: 3000-5000 mots Ou Document/Projet de start-up et Soutenance orale (en anglais ou en français)				
Bibliographie indicative stage/création d'une start-up+dossier à soumettre				

12.4.2. Mémoire et soutenance (Partie 2)

Module : Mémoire et soutenance (Partie 2) Responsable du Module : Dr (Mme) Neelam Pirbhai-Jetha	Code :			
	UE : 11		Crédits ECTS :	
	CM	TD	TP	Total
				15
Objectif : Rédiger un mémoire de recherche				
Résultats d'apprentissage : <ul style="list-style-type: none"> ● Faire une utilisation critique de la recherche ● Concevoir et réaliser une recherche utile à la pratique professionnelle ● Rédiger un rapport de recherche/mémoire obéissant aux règles scientifiques usuelles 				
Pré-requis : Réussite dans le Mémoire de recherche – Partie 1 (du semestre 8)				
Contenu : C'est la suite de l'avant-projet/mémoire de recherche (Partie 1) et doit être soumis au Semestre 10. Il fait environ 25,000 à 30,000 mots et doit contenir : <ul style="list-style-type: none"> ● Un titre ● Une introduction : le contexte, la problématique (position générale du problème, pertinence de la recherche...) ; les objectifs entre autres ● Une revue de littérature ● La méthodologie de recherche ● Les résultats : Analyse/Interprétation et Discussion ● Les conclusions ● Les références bibliographiques entre autres 				
Rencontre mensuelle obligatoire pour connaître l'avancée du travail				
Modalités de Contrôle des Connaissances : CC (100%) : Projet de recherche final et soutenance orale (en anglais ou en français)				
Bibliographie indicative : Dossier à soumettre				

Table des Matières

1. INTRODUCTION GENERALE	2
1.1. Contexte	2
1.2. Modalités et planning de la mise en œuvre de l'action	3
1.3. Adossement du projet à la stratégie de l'établissement	3
1.4. Cibles	4
1.5. Objectifs économiques et sociétaux	4
1.6. Analyse SWOT	4
2. CONCEPTION DU MASTER	4
3. OBJECTIFS DU MASTER	5
4. COMPÉTENCES VISÉES	6
5. PERSPECTIVES DE CARRIÈRES	6
6. CONDITIONS D'ADMISSION	7
7. ÉVALUATIONS	7
8. DISSERTATION ET STAGE EN ENTREPRISE	8
9. SPÉCIFICATIONS DE L'ORDINATEUR	8
10. POURSUITE D'ÉTUDES	9
11. LA MAQUETTE PÉDAGOGIQUE – LES MODALITÉS PÉDAGOGIQUES ET L'ORGANISATION DU CURSUS	9
11.1. Master Humanités Numériques spécialisation industries culturelles et créatives	9
11.2. FICHES DE SYNTHÈSE : MASTER HUMANITÉS NUMÉRIQUES SPÉCIALISATION INDUSTRIES CULTURELLES ET CRÉATIVES	13
12. PROGRAMME DÉTAILLÉ	15
12.1. Semestre 7	15
12.1.1. Module : Théories et Concepts en Humanités Numériques	15
12.1.2. Industries Culturelles et créatives	16
12.1.3. Environnement légal et éthique	17
12.1.4. Dispositifs numériques et usages	18
12.1.5. La connaissance des nouveaux médias	19
12.1.6. La socio-économie des nouveaux médias	20
12.1.7. Conception des sites Web	21
12.1.8. Le coding pour débutants	22
12.1.9. Méthodologie de conception de système d'information	23
12.1.10. Méthodologie de mémoire	24
12.2. Semestre 8	25
12.2.1. Analyse des données textuelles	25

12.2.2.	Le storytelling dans les nouveaux médias	25
12.2.3.	Stratégies de communication numérique	27
12.2.4.	Médiation culturelle à l'ère numérique	28
12.2.5.	Base de données	29
12.2.6.	Coding intermédiaire	30
12.2.7.	Intelligence artificielle et les industries culturelles et créatives 1	31
12.2.8.	Gestion de Projet 1	32
12.2.9.	Séminaires de progression (mémoire)	33
12.2.10.	L'avant-projet (Mémoire – Partie 1)	34
12.3.	Semestre 9	35
12.3.1.	Découverte comportement et entrepreneuriat	35
12.3.2.	Conception et réalisation de productions audiovisuelles	36
12.3.3.	Innovation managériale, sociale et technologique	37
12.3.4.	Gestion de projet 2	38
12.3.5.	Intelligence artificielle et les industries culturelles et créatives 2	39
12.3.6.	Traitement et analyse des images	40
12.3.7.	Ecriture scientifique et publication	41
12.3.8.	Séminaires de recherche	42
12.3.9.	La communication en milieu professionnel	43
12.4.	Semestre 10	44
12.4.1.	Stage (16 semaines) ou création d'entreprise (industries culturelles et créatives)	44
12.4.2.	Mémoire et soutenance (Partie 2)	45