

Stratégie de rédaction web et IA



En bref

- **Langues d'enseignement:** Français
- **Méthodes d'enseignement:** En présence
- **Ouvert aux étudiants en échange:** Oui

Présentation

Objectifs

Comprendre les enjeux des stratégies éditoriales et des contenus rédactionnels dans une logique digitale et transmédia. Le cours aborde les méthodes d'organisation et de planification d'une production éditoriale stratégique, les techniques éditoriales, les méthodologies et outils pour réaliser des contenus rédactionnels impactants et des contenus multimédias engageant en fonction des cibles et des supports.

Le cours place les étudiants dans une démarche de marketing de contenu. Ils seront mis en situation de répondre à une demande client réelle. Il s'agira de former des équipes pour élaborer une stratégie et une charte éditoriales répondant au brief client et produire des contenus rédactionnels associés.

En sus du dossier de groupe, chaque étudiant réalisera un article de blog sur un sujet qui le passionne afin d'apprendre à rédiger des articles longs et comprendre la démarche de copywriting.

Modalités d'évaluation :

Le cours fonctionne sur le principe de la pédagogie active. Il requiert la participation des étudiants.

Le cours sera validé par une note de groupe et une note individuelle.

Dossier éditorial de chaque groupe agréant tous les contenus produits : note de groupe sur 20

Article web évaluation sur 15 points + 5 points si l'article est publié sur un blog/média français : note individuelle sur 20

Les étudiants analyseront des stratégies éditoriales innovantes afin de comprendre les enjeux éditoriaux et la place de l'éditorial dans une stratégie de marketing digital. Ils fonctionneront en équipes pour élaborer les guides éditoriaux suivants : stratégie, charte et calendrier éditorial pour un cas client afin de se mettre en situation de répondre à une demande réelle. Les livrables sont définis et requis mais chaque groupe pourra choisir par quel livrable il commence son dossier afin de permettre à chacun de fonctionner en partant du conceptuel vers le concret ou inversement.

Heures d'enseignement

CM	Cours Magistral	8,75h
TD	Travaux Dirigés	8,75h

Pré-requis obligatoires

Maîtrise de la langue française. Connaissance de base en marketing

Plan du cours

- Ouverture du cours : collecte des attentes
 - Stratégie éditoriale
 - Les guides éditoriaux : charte, calendrier, carte des contenus
 - Techniques rédactionnelles pour le web
 - Traitement de l'information pour le web, usabilité et parcours lecteur
 - Ecriture web : les formats courts
 - Écriture web : le format long, l'article de blog.
 - Engager l'utilisateur : interactivité et narration, traitement de l'information multimédia
 - Les contenus tiers à intégrer dans une production de contenus : UGC et curation-
-

Compétences visées

A l'issue du module l'étudiant doit être capable de :

- Maîtriser les enjeux des stratégies éditoriales dans une logique digitale et transmédia ...
- Définir une stratégie éditoriale qui réponde à votre stratégie marketing
- Maîtriser les guides éditoriaux : charte, calendrier, carte des contenus

- Réaliser des contenus rédactionnels impactants et engageants
- Rédiger des articles web courts dans une démarche centrée utilisateur
- Rédiger des articles web longs convaincants

Bibliographie

La culture de la convergence # Des médias au transmédia de Henry Jenkins Armand Colin 2013

Nouvelles narrativités télévisuelles de Laurent Jeanpierre 03/2014 artpress2 N°32

Les "esthétiques narratives" : l'autre réel des séries par **Antoine Faure** Sciences Po Grenoble / PACTE

Et Emmanuel Taïeb Institut Universitaire de France Sciences Po Lyon /  **Triangle 2015 Quaderni N°88**

Scénariser le rôle et le pouvoir d'agir de l'utilisateur : vers une typologie interactionnelle du documentaire interactif par **Samuel Gantier** 12/2016, Revue Entrelacs  entrelacs.revues.org/1840

Design et Transmédia : projet, expérience usager, worldbuilding au coeur des disciplines SHS **Stéphanie Cardoso et Mélanie Bourda** 10/2017 Revue Française des Sciences de l'Information et de la Communication  rfsic.revues.org/2558

Réécrire le monde : le design face aux fictions consensuelles **Fabienne Denoual et Pia Pandelak** 10/2017  [Revue Française des Sciences de l'Information et de la Communication](https://rfsic.revues.org/2558)

Le storytelling est mort : place à de nouveaux concepts ! Nicolas Huberman 2 mars 2021 LinkedIn

<https://www.linkedin.com/pulse/le-storytelling-est-mort-place-%C3%A0-de-nouveaux-concepts-huberman/>

<https://www.grandprixdubrandcontent.com/a-laffiche-8/>

Hier journalistes

Jean-Marie Charon (Auteur) Adénora Pigeolat sept 2021 Etude Editions Entremises

- Guerre en Ukraine : « Les réseaux sociaux permettent de partager un petit moment de reportage » A. Chabal La Revue des médias INA
<https://larevuedesmedias.ina.fr/guerre-ukraine-reseaux-sociaux-outil-travail-journalistes-reporters>

L'écriture numérique. Standardisation, délinéarisation, augmentation

Marie-Anne Paveau Université Paris 13 SPC, EA 7338 Pléiade fragmentum, n. 48, Jul./Dez. 2016

<https://periodicos.ufsm.br/fragmentum/article/view/23296/15104>

“MEOW! Okay, I shouldn’t have done that”:

Factors Influencing Vocal Performance through Animoji

Susan C. Herring,¹ Ashley R. Dainas,² Ying Tang³ Indiana University Bloomington¹²³ | 2021 In Proceedings of the 4th International Workshop on Emoji Understanding and Applications in Social Media - (Emoji2021). AAAI

<https://ella.sice.indiana.edu/~herring/Emoji2021.herring.dainas.tang.pdf>

Textuel, textiel. Repenser la textualité numérique HS-33 | 2020 Corela Cognition, représentation, langage

Les devenirs du texte numérique natif Ingrid Mayeur and Marie-Anne Paveau

<https://journals.openedition.org/corela/11749>

Qu'est-ce que l'écriture numérique ?

Marcello Vitali-Rosati Corela 2020 Cognition, représentation, langage HS-33 | 2020

<https://journals.openedition.org/corela/11759>

Culture maker, apprentissage coopératif et construction de la communauté

Analyse des échanges sur la plateforme numérique OuiAreMakers

Michel MARCOCCIA 2020 Interfaces Numériques Volume 9 – N°2

<https://www.unilim.fr/interfaces-numeriques/4287>

Clic ou Pulitzer, Les journalistes web et leurs pratiques professionnelles en France et aux États-Unis, A. Christin thèse de sociologie. EHESS 2014 ITW sur le site de l'INA : <http://www.ina.fr/presse/article/le-journalisme-au-risque-du-clic-7765>

Infos pratiques

Lieux

➤ Annecy-le-Vieux (74)

Campus

➤ Annecy / campus d'Annecy-le-Vieux