

Livret 2024-2025
Master Lettres, « Littérature et médiations » (Metz)
Deuxième semestre

Responsable du Master Lettres L&M : Stéphanie Bertrand (stephanie.bertrand@univ-lorraine.fr)

Gestionnaire administratif du Master Lettres L&M : Aurélie Rivollier (aurelie.rivollier@univ-lorraine.fr)

Rentrée du semestre : lundi 20 janvier 2025

M1 semestre 8

UE 801 tronc com. Nancy-Metz : Outils de la recherche II (36 h / 6 ECTS)

Les deux EC auront lieu le lundi, 13h-17h, semaines 1-9
à distance (comme au 1^{er} semestre)

EC1 (18 h CM) : La littérature à travers siècles / M. de CARNÉ

Plus qu'à un panorama historique de la littérature française à travers les siècles, ce cours invitera les étudiants à réfléchir aux évolutions de la littérature en mettant en valeur les changements de paradigme (idéologique, philosophique, esthétique...) qui modifient en profondeur les raisons et les manières d'écrire. Les exemples seront empruntés à toutes les époques de l'histoire littéraire.

EC2 (18 h CM) : Théories et problèmes de la réception / M. DEMEULENAERE

Ce cours présentera dans un premier temps les notions et les textes les plus importants des théories de la réception (Iser, Jauss, Eco, e.a.). Nous développerons en particulier les aspects interdisciplinaires de la notion de réception et les différentes facettes de la lecture (acte de lecture, types de lecteurs, la lecture comme acte productif, etc.). Ces notions seront illustrées à l'aide de textes mis en ligne au cours du semestre.

UE 802 PT Metz : Livres et lecteurs (48h / 6 ECTS)

EC1 (24 h CM) : Histoire du livre et de la lecture / Mme HUGOT

Ce cours sera l'occasion de découvrir, de l'Antiquité à la période contemporaine, les grandes lignes d'une histoire matérielle du livre (manuscrit et imprimé) en lien avec la culture et l'horizon de réception dans lequel s'inscrit le livre, comme objet et comme pratique. Seront envisagées aussi bien les évolutions et les transformations techniques dans l'atelier du concepteur, que les implications du matériau sur la réception, en questionnant les pratiques de lecture à travers les âges (oralisée ou silencieuse, collective ou individuelle, scolaire ou lettrée, etc.), susceptibles de mettre

en évidence une phénoménologie du lecteur (position du corps, lieux et espaces, du salon au coin-lecture, gestes culturels tels que l'achat ou la collection).

EC2 (24 h CM) Nouveaux usages du livre et des écrits/ Mme MONTÉMONT

Depuis plusieurs années, Internet est l'endroit où se développent de nouveaux modes de création, via une pluralité de supports : les sites, les réseaux sociaux (Instagram, Twitter), la vidéo (les chaînes « Boottube ») ... La diffusion du livre électronique a également ouvert un nouveau champ, à la fois théorique et pratique, celui de *l'édition numérique*. L'objectif de ce cours est de comprendre comment, grâce notamment à l'arrivée de l'informatique, puis du web, le texte, traditionnellement porté par l'imprimé, a vu sa palette de supports de diffusion s'élargir de manière vertigineuse. Cette multiplication des canaux de diffusion, en retour, a engendré de nouveaux modes d'écriture, une nouvelle conception de l'objet appelé « livre », et de nouveaux modes de production et de consommation culturelle de la culture écrite.

Le cours commencera par expliquer ce qu'est un texte numérique, comment il fonctionne, quelles techniques servent à le produire en vue de son édition. Il examinera ensuite la production électronique de manière critique, mais dans un souci d'impartialité et sans porter de jugements de valeur, de manière à dépasser le débat stérile *imprimé vs internet* ; au contraire, on verra comment ces deux médias peuvent se rencontrer, voire se compléter ; on examinera leurs réussites respectives, mais aussi leurs défaillances ou leurs échecs, car tout n'est pas rose au pays du texte numérique.

UE 803 A PT : Recherches en littératures et médiations II (48 h / 6 ECTS)

EC1 (18h CM + 6 TD) Textualités littéraires et ethnocritique Mme DEVAUX -RODRIGUEZ et Mme PARENT

(Partie assurée par Mme Devaux-Rodriguez)

On poursuivra l'exploration de la démarche ethnocritique par des questionnements d'ordre méthodologique appliqués à des problématiques spécifiques (la possibilité d'une anthropologie des genres, l'ethnogénétique des textes littéraires, l'homologie rite/récit, le personnage liminaire etc.).

(Partie assurée par Mme Parent)

Ce séminaire, qui s'inscrit dans la continuité du cours sur « Discours, politiques et poétiques de la langue » (UE 703 EC1), s'intitulera « Explorer un genre textuel : le cahier de doléances, de 1789 à nos jours ». Les premières séances seront consacrées à l'histoire de ce genre textuel, à ses liens avec les régimes politiques et les institutions, et à ses caractéristiques formelles (énonciatives, linguistiques, rhétoriques, stylistiques). Les séances suivantes seront consacrées à l'élaboration collective d'un projet de recherche et de médiation autour des cahiers de doléances de la Moselle, de 1789 et 2019 : les étudiant.e.s seront chargé.e.s de dépouiller et d'établir un corpus textuel, de l'analyser, et d'organiser ensemble un événement qui se déroulera sur une journée et qui mettra en valeur leurs travaux auprès de la communauté universitaire et du grand public. Cet événement sera mis en place en lien avec le laboratoire CREM (Centre de Recherche sur les Médiations), dans le cadre de l'axe de recherche de l'équipe Praxitexte sur le porte-parolat.

**EC2 (18 h CM + 6 TD) : La littérature de langue française dans le monde/
Mme RANAIVOSON**

Ce cours s'intéresse à la manière dont les littératures francophones contemporaines utilisent l'histoire : célébration, relecture, à destination de divers publics pour s'inscrire dans l'histoire mondiale ou reconstruction d'une identité perdue, rêvée, bafouée, hier ou aujourd'hui. L'étude portera sur les extraits d'œuvres fournies en cours.

UE 803 B PT : Médiations littéraires II (48 h / 6 ECTS)

Cette UE fait suite aux apprentissages professionnels du S.1 et en approfondit les contenus.

EC1 (18 h CM + 6 TD) : Théories et pratiques de la médiation

Mati 1 : Théorie de la médiation / Mme AMARA

Les concepts de "champ culturel" (P. Bourdieu) ou de "monde de l'art" (H. Becker) remettent en question les représentations "romantiques" de la rencontre de l'œuvre et de ses publics. D'où les trois types de contenus :

- a- Les notions de légitimisme et de relativisme culturels;
- b- Les modes différenciés de rapport codé aux œuvres, à dominante esthétique et formelle pour les initiés ou à dominante référentielle et éthique pour l'usage ordinaire des lectures.
- c- Le travail d'objectivation et de régulation chez le médiateur de son propre habitus cultivé, obstacle possible à la médiation auprès du grand public.

Mati 2 : Médiations numériques / Mme TREHONDART

La partie consacrée aux « Médiations numériques » s'inscrit dans le prolongement du cours du premier semestre « Nouveaux usages du livre et des écrits ». Nous examinerons les spécificités de l'écriture numérique créative, à partir d'exemples tirés du champ de la littérature numérique expérimentale. Puis nous cernerons les spécificités du livre numérique enrichi, jeunesse et muséal, à partir d'études de cas. Ce sera l'occasion d'aborder les enjeux à la fois artistique, littéraire, commerciaux et techniques d'un objet littéraire non identifié, s'inscrivant dans de multiples champs de tension. Dans un dernier temps, le cours aborde la question des fictions sur les réseaux socio-numériques (bande dessinée, twittérature, profils de fiction historique...) en insistant sur les enjeux éthiques que certaines de ces œuvres peuvent soulever, en termes de participation des publics, de censure et de modération sur les plateformes numérique.

EC2 (18h CM + 6 TD) : Gestion de projet et communication

Mati 1 : Initiation à la gestion/ Mme AMARA

Connaissance des documents comptables de base (bilan, compte de résultat) ; initiation au logiciel de comptabilité Simulgest.

Mati 2 : Initiation à la communication et au marketing / M. MARIN

Management de projet : conception, planification, promotion, bilan d'activités) ; premières notions de marketing et de communication d'entreprise.

Voir détails à la fin de ce document

UE 804 : Stage (4 à 6 semaines) ou mémoire d'étape (6 ECTS)

Cet EC sans enseignements présentiel est consacré à un stage, selon le choix de l'étudiant, ou à la préparation du mémoire d'étape. Les deux donnent lieu à une présentation écrite et orale devant public.

UE 805 : Pratiques et compétences professionnelles I (36 h / 4 ECTS)

EC 1 (24 h) : Médiations scripturales et écrits professionnels Mme RANAIVOSON

Le cours prépare les étudiants à rédiger des documents de divers formats et à diverses fins en fonction de toutes les situations de médiation littéraire (par écrit, en public, en radio, sur des sites) : comptes-rendus de lecture en fonction de supports et de publics divers, quatrième de couverture, catalogues, articles, annonces ciblées, entretiens avec des auteurs, animation de débats autour d'un livre, de séance de dédicace, présentation d'un projet, d'un auteur, d'une œuvre.

EC 2 (12 h) : Méthodologie et professionnalisation Mme BERTRAND

Il s'agira de poursuivre la méthodologie commencée au premier semestre, tout à la fois à propos du mémoire d'étape et du rapport de stage. Quelques heures pourront être confiées à des intervenants professionnels dans le cadre d'ateliers.

UE 806 Internationalisation (24 h / 2 ECTS)

EC 1 (24 h TD) : Langue vivante au choix

Initiation à la communication et au marketing pour des projets littéraires et culturels



UNIVERSITÉ
DE LORRAINE



UFR
ARTS
LETTRES
LANGUES - METZ

IAE METZ
Ecole Universitaire
de Management

Présentation du cours

Dans le cadre de la première année du master professionnel « Littératures et médiations », dans l'UE 803 « Médiations Littéraires », EC2 Gestion de projet et communication, ce cours permet d'initier les apprenants à l'animation d'un projet culturel, mettant en accent les notions de marketing et de communication d'entreprise.

Les apprenants seront amenés à concevoir un plan de communication autour d'un événement de leur choix. On abordera les objectifs de la communication-marketing, le choix de la cible et le positionnement, le contenu d'un plan de communication pour la promotion d'un événement, comment exécuter correctement un plan de communication, qu'est-ce qu'une marque, le branding, et l'importance de l'identité visuelle. Nous allons ensuite aborder les principes de design graphique. Nous apprendrons à chercher des fournisseurs, à animer le réseau de partenaires. Enfin, évaluer l'évènement et faire un rapport pour communiquer à posteriori.

Objectifs

À l'issue de ce cours, les étudiants doivent être capables de :

- Élaborer et exécuter un plan de communication
- Mobiliser les principes du design graphique autour des supports de communication cohérents
- Évaluer leurs actions de communication vis-à-vis des objectifs fixés.

Public

Étudiants du Master professionnel « Littératures et médiations » (Bac +4)
Formation initial (apprentissage compris) et continue.

Nombre maximum de participants : 20

Prérequis

Être familier avec les notions d'entreprise

Contenu

- La communication et le marketing d'un projet culturel
- Le plan de communication
- La charte graphique
- La mise en place des outils et des canaux de communication
- Mise en exécution autour d'un événement

Modalités pédagogiques

Exposés interactifs et travaux dirigés + Mise en situation

Durée

12 heures, contrôle compris.

Calendrier 2024 - 2025

?

Evaluation

Dossier de communication (plan de communication) avec une présentation orale

Intervenants



Aramis MARIN est enseignant-chercheur à l'Université de Lorraine, expert de l'entrepreneuriat social et de l'innovation pour un développement local, écologique et solidaire. Il anime de nombreux ateliers et conseille des managers et des porteurs de projet sur la stratégie entrepreneuriale, les relations humaines et la communication.

www.linkedin.com/in/aramis-marin

aramis.marin@univ-lorraine.fr

Bureau 116 à l'IAE Metz (site Technopôle). Attention aux étudiants sur RDV

Cahier des charges

PLAN DE COMMUNICATION

Demande

En groupes de maximum 5 apprenants, vous allez concevoir et présenter un plan de communication détaillé pour un événement culturel ou littéraire de votre choix. Cet exercice vous permettra de mettre en pratique les notions vues en cours, à travers l'élaboration de stratégies de communication adaptées à un contexte réel. Vous devrez également produire des éléments graphiques originaux et des supports de communication spécifiques.

Livrables et évaluation

1. Une présentation orale de 10 minutes par groupe
2. Un dossier de communication incluant :
 - a. Le plan de communication
 - b. La charte graphique
 - c. Des productions de supports visuels

Présentation orale

Durée : 10 minutes maximum par groupe

Contenu : Chaque groupe devra présenter (comme s'il se trouvait devant le comité de pilotage du projet) le plan de communication de son événement. Il faudra penser à convaincre les membres du comité de pilotage afin qu'ils débloquent les fonds nécessaires et commencer donc la communication.

Dossier de communication

Chaque groupe devra rendre un dossier de communication écrit qui doit inclure le plan de communication, la charte graphique et des productions de supports visuels.

Votre plan de communication doit comprendre :

- Contexte (historique) de l'événement : quel est le type d'événement que l'on veut créer, depuis quand existe-il (le cas échéant), quel est le thème, dans quel lieu, pour quel(s) date(s), pourquoi ces thèmes, ces lieux et ces dates sont-ils importants ?
- Public cible : quel type de personnes voudrait-on attirer à notre événement, qui visons-nous ? Quel est notre cœur de cible, notre cible principale, notre cible secondaire (ou périphérique), notre cible par ricochet (au cas où) ?
- Objectifs de communication : que voulons-nous attendre avec ce plan de communication, vis-à-vis de chaque cible ? (Par exemple : augmenter la notoriété, attirer un certain nombre de participants, sensibiliser à une cause, etc.).
- Axes de communication : Identifier les axes stratégiques autour desquels se structurera votre plan de communication.
- Messages centraux : Définir les messages principaux qui seront véhiculés dans vos supports de communication
- Choix des médias et des supports : Justifier les choix des médias (réseaux sociaux, presse, affichage, etc.) et des supports de communication (affiches, flyers, posts Instagram, vidéos, etc.) en fonction du public cible.
- Budget prévisionnel : Proposer une estimation réaliste du budget nécessaire à la mise en place du plan de communication (production des supports, diffusion, etc.). Avec à l'appui des devis des fournisseurs locaux.

- Planning général : Présenter un rétroplanning précis des actions de communication à mener, en intégrant les contraintes liées à la production et la diffusion des supports
- Partenaires potentiels : Identifier les partenaires potentiels (associations, sponsors, médias, etc.) et justifier leur rôle dans le projet.
- Indicateurs de performance pour évaluer l'impact de la communication (objectif, indicateur, cible) : Définir des indicateurs mesurables pour suivre l'efficacité du plan de communication, en précisant les objectifs de chaque activité de communication (par exemple : attirer des jeunes), les indicateurs (SMARTER) choisis (par exemple : nombre de visiteurs / âge), et les cibles (à atteindre) pour ces indicateurs (par exemple : 100 jeunes entre 15 et 25 ans).

Votre charte graphique doit comprendre :

- La « marque » et ses déclinaisons graphiques possibles (monogrammes, monochrome, négatif, logotypes, symboles et pictogrammes, logos abstraits, mascottes, emblèmes), un « slogan » et les règles d'utilisation.
- Le choix des couleurs (code RVB / CMJN, voire Pantone), les typographies choisies.
- Les déclinaisons possibles de l'univers graphique et les illustrations représentant l'univers de la marque
- Les règles d'utilisation du logo et de la charte graphique avec le contact du chargé de communication

Vos supports de communication charte graphique doit comprendre, a minima :

- Une bannière d'accueil pour le jour de l'événement
- Une affiche d'arrêt de bus pour promouvoir l'événement.
- Un post adapté aux dimensions et aux pratiques visuelles des réseaux sociaux (à expliciter)

Evaluation

Une évaluation sera partagée entre les pairs et l'enseignant.

Les critères d'appréciation sont les suivants :

- | | | |
|--|----|--|
| 1. Contextualisation de l'événement | /2 | <i>L'événement est bien présenté et situé dans un contexte clair (objectifs, lieu, date, nature de l'événement).</i> |
| 2. Identification du public cible | /2 | <i>Le public cible est clairement identifié et bien segmenté (pertinence avec l'événement).</i> |
| 3. Clarté de la présentation du plan de communication | /2 | <i>Le plan de communication est expliqué de manière structurée, fluide, synthétique et compréhensible.</i> |
| 4. Identification des axes de communication et des messages clés | /2 | <i>Les axes de communication sont bien définis et pertinents par rapport aux objectifs. Les messages clés sont bien alignés aux objectifs et aux cibles</i> |
| 5. Cohérence des médias retenus | /2 | <i>Le choix des médias/supports est cohérent avec le public cible et les objectifs.</i> |
| 6. Réalisme du budget proposé | /2 | <i>Le budget proposé est réaliste par rapport aux besoins de l'événement et aux supports choisis.</i> |
| 7. Clarté du planning et maîtrise des échéances | /2 | <i>Le planning est clair, bien structuré, et les différentes phases du projet sont bien définies. La présentation du planning montre une bonne maîtrise des délais et des étapes. Le planning intègre des marges pour anticiper d'éventuels retards ou imprévus.</i> |

8. Cohérence des choix graphiques avec l'univers *Les choix graphiques sont en adéquation avec l'univers et l'ambiance /2 de l'événement. Les visuels véhiculent clairement les messages principaux de l'événement.*
9. Originalité des choix graphiques *Les choix graphiques sont créatifs et permettent de démarquer /2 l'événement des autres.*
10. Dynamisme et qualité de la présentation orale / Soins du dossier de communication *La présentation orale est dynamique, bien rythmée, et captivante. Le /2 dossier écrit est bien présenté, lisible, attrayant.*

Rendu

- Date de la présentation orale : **Date à venir**
- Date de remise du dossier : **Date à venir**

A envoyer par mail :

Format :

Nom du fichier :