

PSM : La conception médiatique

LA FONCTION COMMUNICATION

De la pérennité acquise à la légitimité à gagner

Structuration des fonctions
Hiérarchie professionnelle
Référentiel général des tâches Externes
- Internes - Globales
Liste générale des métiers
Professionalisation des actions
Diversification des services
Refus de la com
Exemple de construction d'une stratégie simple
Avenir (paradoxal) de la fonction

HISTOIRE "COMMUNICATIONNELLE" DES NT

Les postulats de la médiatique
Le contexte des innovations
La critique de la technique selon Jacques Ellul
Logique de l'usage et appropriations
Cycles de vie, risques économiques
Responsabilité sociale
Co-élaboration créatrice

LA CONCEPTION MEDIATIQUE

Préconception
Démarche Cahier des charges
Problématique et stratégie de communication
Ratios
Organisation des services de communication
Un nouveau statut pour l'image animée ?

C A S

CONCEPTION MEDIATIQUE ET STRATEGIE DE COMMUNICATION GLOBALE

Identité, image, valeurs, audit et évaluation
Quelques concepts stratégiques de base à partir des travaux des militaires
Grandes étapes d'une stratégie de communication
Méthode générale de construction d'une stratégie

MULTIMEDIAS, HYPERMEDIAS, NOUVEAUX PARADIGMES ?

Rappels historiques sur le multimédia
Les hypermédias : Ted Nelson et autres précurseurs.
Questions sémantiques : quel rapport aux informations ?
Place de l'émotion
Modèles cognitifs - Autoréférence, poïétique, etc.
Logique différentielle ou homothétique ? Reproduction des modèles perceptifs/esthétiques ou innovation réelle
Usages sociaux des NTIC et appropriation
Grille d'évaluation de l'interactivité, egrés d'interactivité, réflexions sur ergonomie et communication

← Communiquance →