



Projet de Master en Formation Continue

République Démocratique du Congo – Kinshasa

Master International Management des Médias

Partenaires :

- **Université Lille 1 (IAE)**
- **Ecole Supérieure de Journalisme de Lille (ESJ)**
- **Université Protestante du Congo (UPC)**
- **Institut Facultaire des Sciences de l'Information et de la Communication (IFASIC)**

Master International Management des Médias

Durée : 24 mois à partir de septembre 2009

Le projet s'inscrit dans le cadre de l'appel à propositions Projets de formation pour contribuer à la professionnalisation des médias en RDC publié par

« Médias pour la Démocratie et la transparence en RDC »

L'appel à proposition (cf. annexe) a été remporté par l'Institut d'Administration des Entreprises de l'Université Lille 1 et l'Ecole Supérieure de Journalisme de Lille, assurant ainsi un financement à hauteur de 200 000 euros. La viabilité financière du projet est donc d'ores-et-déjà assurée.

Notre proposition porte sur le volet renforcement des capacités de gestion des entreprises de presse écrite et audiovisuelle.

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

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

Fabrice Caudron

Directeur du Master International Management des Médias

Sommaire

1. Présentation du partenariat et des partenaires	2
1.1. Le partenariat	2
1.2. Partenaires français : Université Lille 1 – IAE / ESJ de Lille.....	2
1.3. Partenaires congolais : UPC et ISAFIC.....	3
2. Modalités de fonctionnement	4
2.1. Gestion financière.....	4
2.2. Les objectifs pédagogiques.....	4
2.3. Les intervenants.....	4
2.4. Les modalités de sélection, d'évaluation et de suivi administratif	5
Annexes	6
1. Appel à proposition gagné par l'ESJ et l'IAE	
2. Calendrier prévisionnel.....	
3. Budget prévisionnel (géré par l'ESJ)	
4. Maquette du diplôme.....	
5. Convention de partenariat	

1. Présentation du partenariat et des partenaires

Depuis 2004, la logique partenariale du diplôme repose sur l'association de l'ESJ Lille et de Lille 1 (IAE), auxquels sont systématiquement agrégés des partenaires locaux. C'est le cas également en RDC.

1.1. Le partenariat

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

A ce jour il n'existe aucune formation de ce type en RDC. Le partenariat proposé entre dans le cadre d'un d'appel d'offre remporté conjointement par l'IAE et l'ESJ (cf. annexe). Concrètement, ce Master porte sur des enseignements professionnels à destination des cadres de la presse congolaise et propose un tutorat visant à favoriser le développement de projets. Les modules d'enseignement (E.C.) sont conçus en fonction des besoins spécifiques du secteur média congolais. Les mémoires de fin de Master viendront valider la mise en œuvre pendant deux ans d'un projet de management précis pour chaque cadre/étudiant. Au niveau professionnel, chaque étudiant inscrit dans le programme devra élaborer et mettre en œuvre un projet pour améliorer sa propre pratique du management dans son média et construire ainsi un modèle économique viable de sa structure. La formation est ainsi directement ancrée dans la réalité des médias congolais.

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

Pour mener à bien ce projet l'IAE et ESJ Lille ont réuni un consortium de partenaires français et congolais.

L'ESJ Lille et l'IAE Lille côté français et l'UPC et l'IFASIC côté congolais.

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

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

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

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

Notre proposition s'appuie sur :

- **L'expérience internationale diversifiée de l'ESJ Lille et de l'IAE dans la formation des cadres de presse.** L'IAE a développé depuis sa création des formations diplômantes en management, en marketing et en communication délocalisées à l'étranger, notamment en Afrique. L'ESJ, elle, a créé il y a 15 ans, un cycle de formation continue, "Journalistes cadres dirigeants des médias" qui a permis de former 150 cadres des médias français, mais aussi de très nombreux professionnels belges, suisses, polonais, vietnamiens.
- **Des enseignants-chercheurs de l'IAE, maîtrisant les problématiques spécifiques liées au développement des médias africains.**
- **L'expertise dans le secteur média en RDC du Département International de l'ESJ Lille** dont le directeur été pendant 5 ans rédacteur en chef de Radio Okapi pour le compte de la Fondation Hirondelle.

Les partenaires français assureront 5 des 7 U.E. (soit 10 E.C. sur 14).

1.3. Partenaires congolais : UPC et IFASIC

Ce Master bénéficiera de l'appui des structures congolaises de référence dans la formation des journalistes et dans le management.

L'UPC

L'Université Protestante du Congo (UPC) est une université confessionnelle qui se propose d'offrir « une éducation efficace pour l'élite de demain ». Elle organise ses enseignements dans quatre facultés. La faculté de théologie, la faculté des sciences économiques et administrations des affaires, la faculté de droit et la faculté de médecine. L'UPC est l'institution de référence pour l'enseignement du management en RDC.

L'enseignement d'1 U.E. (2 E.C.) dans le cadre du Master en Management des Médias sera dispensé par l'UPC. En outre l'UPC apportera son soutien au projet en hébergeant les modules de formation.

L'IFASIC

L'Institut Facultaire des Sciences de l'Information et de la Communication (IFASIC), a été créé en 1973. L'IFASIC dispense un enseignement généraliste en journalisme et en communication en trois ans, puis une spécialisation en deux ans (presse écrite, radio, télé, multimédia, relations publiques). L'IFASIC est l'institution de référence pour la formation des journalistes au Congo. La majorité des journalistes et des cadres de presse des radios, télévisions, journaux et agences de presses en RDC sont des anciens diplômés de l'IFASIC.

L'enseignement d' 1 U.E. (2 E.C.) dans le cadre du Master en Management des Médias sera dispensé par l'IFASIC. En outre l'IFASIC apportera son soutien au projet en assurant sa promotion dans les médias congolais, pour encourager les cadres de la presse à s'inscrire pour le Master Management des Médias.

2. Modalités de fonctionnement

2.1. Gestion financière

La viabilité économique du projet est d'ores-et-déjà assurée par l'intermédiaire de l'appel d'offre « Médias pour la Démocratie et la transparence en RDC ». **Les aspects financiers (détaillé en annexe) seront gérés par l'ESJ Lille** dont l'expérience en la matière est incontestable. L'IAE facturera ensuite, pour Lille 1, les prestations des différents intervenants. Le projet prévoit également le versement de 300 euros à Lille 1 pour chaque étudiant inscrit, permettant de couvrir ainsi les coûts administratifs afférents au projet pour l'IAE.

2.2. Les objectifs pédagogiques

Objectif 1

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

Objectif 2

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

Objectif 3

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

Objectif 4

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

2.3. Les intervenants

Pour l'IAE

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

- **Xavier Lecocq**, Professeur des Universités, directeur des relations internationales de l'IAE, spécialiste du management stratégique.
- **Fabrice Caudron**, Maître de conférences, directeur du Master International Management des Médias, coordinateur pédagogique et président du jury.
- **Yannick Schwamberger**, Maître de conférences, assurera des interventions en management d'équipe et de projet. Il revient de deux années en coopération au Togo, c'est un spécialiste de l'Afrique.
- **Birahim Gueye**, Attaché temporaire d'enseignement et de recherche, assurera des interventions en marketing et gestion. Formé au Sénégal, il termine actuellement sa thèse de doctorat à l'IAE.

Pour l'ESJ

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

Pour les partenaires congolais

Les intervenants de l'IFASIC et de l'UPC feront l'objet d'une sélection par l'IAE et l'ESJ dès le démarrage de la formation.

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

Sélection

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

Le jury d'admission portera une attention particulière aux candidatures féminines, pour promouvoir l'accès des femmes aux postes de responsabilités dans les médias congolais. Une attention particulière sera également portée aux candidatures des jeunes cadres de la presse congolaise. Compte tenu des contraintes pédagogiques d'encadrement, et notamment de la nécessité de faire un suivi individualisé, la promotion n'excédera pas 30 étudiants. Néanmoins, au-delà des bénéficiaires directs du projet ce sont des centaines de professionnels des médias congolais qui bénéficieront de cette formation dispensée à leur encadrement.

Evaluation

Le contenu de la formation est regroupé dans 7 UE (Unité d'Enseignement) comprenant 14 E.C. de 30 heures/TD et un projet tutoré. Ces sept UE représentent au total 60 points ECTS. 10 de ces E.C. seront assurés par des intervenants de l'IAE et de l'ESJ Lille. Quatre de ces E.C. (modules) seront confiés aux institutions congolaises associées au projet, l'UPC et l'IFASIC.

L'évaluation des étudiants sera organisée pour 20% en contrôle continu et 80% par un examen final E.C. par E.C. Le mémoire de fin d'études portera sur le projet tutoré de chaque étudiant. Il fera l'objet d'une soutenance orale et représente douze crédits ECTS sur les 60 crédits de l'évaluation finale. Nous respectons ainsi scrupuleusement les modalités d'évaluation du diplôme proposés dans la maquette d'habilitation française. A l'issue de la formation, le Master, Mention Marketing - Communication, Spécialité Marketing Communication Culture, Parcours optionnel International Management des Médias (i2M) sera délivré aux étudiants reçus.

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

Suivi administratif et évaluation du dispositif de formation

Les étudiants rempliront les dossiers administratifs fournis par l'IAE et seront inscrits à Lille 1 au titre de la formation continue. Le coût de leur formation est pris en charge dans le cadre de l'appel à projet remporté (cf. annexe).

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

Du point de vue logistique, les partenaires congolais assurent pleinement l'accueil matériel des enseignements. Une journaliste congolaise assurera, sur place, l'encadrement matériel de chaque session de formation ainsi que l'accueil des enseignants français. Des missions intermédiaires d'évaluation et de suivi du dispositif sont prévus régulièrement (cf. annexe).

L'évaluation du dispositif sera assurée tout au long de la formation avec des déplacements réguliers sur place du responsable de la formation et d'enseignants-chercheurs de Lille 1 (IAE). Au-delà, il est envisagé, selon les ressources disponibles, de publier un ouvrage portant sur les médias en RDC à partir des expériences accumulées au cours de la formation.

Annexes

- 1. Appel à proposition gagné par l'ESJ et l'IAE**
- 2. Calendrier prévisionnel**
- 3. Budget prévisionnel (géré par l'ESJ)**
- 4. Maquette du diplôme**
- 5. Convention de partenariat**

Annexe 1

Appel à proposition gagné par l'ESJ et l'IAE

APPEL À PROPOSITIONS

Projets de formation pour contribuer à La professionnalisation des médias en RDC

Dans le cadre du projet « Médias pour la démocratie et la transparence en RDC », la Coopération Britannique (DFID) et France Coopération Internationale (FCI) lancent un appel à propositions pour sélectionner des projets de formation qui visent à renforcer les capacités de gestion d'entreprise de presse et le professionnalisme journalistique en RDC.

Ces projets peuvent être proposés par tout type d'organisation locale ou internationale, y compris des médias, disposant d'une solide expérience dans le secteur de la formation. Le budget présenté ne pourra dépasser le montant total de 200.000 euros.

Les dossiers, rédigés en français, devront être envoyés avant le 15 décembre 2008 à minuit.

1. Contexte

« Médias pour la démocratie et la transparence en RDC » est un projet d'appui aux médias financé par la Coopération britannique et géré par France Coopération Internationale. Lancé en septembre 2007 pour 52 mois, le projet dispose d'un budget de 10 millions d'euros.

L'objectif du programme est de soutenir le développement d'un secteur médiatique indépendant, réglementé et professionnel en République Démocratique du Congo, dans le but de faciliter l'accès de la population congolaise à une information pluraliste, de lui donner une voix et lui permettre de suivre l'action des élus et du gouvernement en toute transparence.

Les cinq axes du programme sont les suivants :

1. Appuyer la professionnalisation du secteur médiatique
2. Appuyer la production de programmes sur la paix, la démocratie et la bonne gouvernance
3. Consolider la régulation et l'autorégulation du secteur médiatique
4. Promouvoir la viabilité économique du secteur médiatique
5. Promouvoir les médias de service public indépendants

Ce programme s'inscrit dans le cadre du « Programme d'appui à la gouvernance » financé par la Coopération Britannique et d'autres bailleurs, et mis en œuvre par le PNUD.

2. Objet

Dans le cadre de l'axe 1 « Appuyer la professionnalisation du secteur médiatique », une majorité d'acteurs du secteur identifie le renforcement des *capacités de gestion* des entreprises de presse (écrite et audiovisuelle), et le développement du *journalisme thématique*, comme les principales priorités actuelles en matière de formation professionnelle en RDC.

Dans ce but, le projet examinera toutes propositions de formation dans ces deux domaines, qui s'appuieront sur l'expertise locale et/ou les structures de formation nationales pour renforcer le professionnalisme du secteur médiatique congolais. Les sessions *in situ*, au sein des entreprises de presse, seront combinées aux séminaires centralisés pour une meilleure efficacité. Enfin, quatre thèmes ont été retenus pour le journalisme thématique : élections locales, économie, investigation et affaires juridiques.

Les projets seront proposés par des organisations locales ou internationales, y compris des médias. Ils pourront s'étendre sur une durée maximale de deux ans. En fonction des résultats et selon les cas, il sera cependant possible de prolonger exceptionnellement certains programmes au-delà de cette période de deux ans.

Les propositions pourront émaner d'un programme existant ou constituer un projet indépendant. Les projets incluant les groupes marginalisés, les femmes et les jeunes, seront particulièrement bienvenus.

3. Documents à fournir

Les propositions devront inclure les documents ci-dessous :

- Note de synthèse (2.000 mots maximum) résumant l'approche et les activités proposées
- Chronogramme prévisionnel des activités (annexe 1)
- Budget détaillé* exprimé en EUR (annexe 2)

Les postulants présélectionnés seront appelés à soumettre une proposition plus détaillée qui devra inclure les éléments du cadre logique du projet, et les statuts de la société ou de l'organisation.

* Les dépenses doivent être présentées par coût unitaire, nombre d'unités et total.

Contact

M. Olivier LECHIEN : Chef de projet
France Coopération Internationale
Ambassade de France / Kinshasa
Mail : projetmedia@yahoo.fr

Annexe 2

Calendrier prévisionnel des activités

Durée totale du projet 24 mois.

En fonction de la date de signature de la convention, le projet pourra démarrer avec un ou deux mois de décalage.

Mai/Juin 2009 : signature de la convention

Juin 2009 : Mission de lancement et de promotion du programme pour l'inscription des candidats au Master en Management des Médias. Recrutement de l'assistant local du programme.

Septembre 2009 : Mission de constitution du comité pédagogique/jury de recrutement/inscription des étudiants

Octobre 2009 : Module 1 Master Management des Médias

Novembre 2009 : Module 2 Master Management des Médias

Décembre 2009 : 1^{ère} mission de tutorat

Janvier 2010 : Module 3 Master Management des Médias

Février 2010 : Module 4 Master Management des Médias

Mars 2010 : Module 5 Master Management des Médias

Avril 2010 : Module 6 Master Management des Médias

Mai 2010 : Mission d'évaluation à mi-parcours

Juin 2010 : Module 7 Master Management des Médias

Juillet 2010 : Module 8 Master Management des Médias

Septembre 2010 : Module 9 Master Management des Médias

Octobre 2010 : 2^{ème} mission de tutorat

Novembre 2010 : Module 10 Master Management des Médias

Décembre 2010 : Module 11 Master Management des Médias

Janvier 2011 : Module 12 Master Management des Médias

Février 2011 : 3^{ème} mission de tutorat / Remise des Mémoires de master

Avril 2011 : Mission de jury final/Remise des diplômes de Master Management des Médias

Annexe 3

Budget prévisionnel (géré par l'ESJ Lille)

Budget Master Management Médias

Dépenses	Coût unitaire	Nombre d'unités	Total
Mission promotion du Master			
Transport TGV/avion/visa/vaccins	1 300,00 €	1	1 300,00 €
Per-diem	120,00 €	14	1 680,00 €
Production plaquette promotion	0,30 €	500	150,00 €
Location véhicule	110,00 €	14	1 540,00 €
Jours ESJ Lille/Kinshasa	650,00 €	10	6 500,00 €
Jours IFASIC	300,00 €	5	1 500,00 €
Jours ESJ Lille/prépa mission	650,00 €	2	1 300,00 €
Total			13 970,00 €

Mission jury recrutement			
Transport TGV/avion/visa/vaccins	1 300,00 €	2	2 600,00 €
Per diem	120,00 €	14	1 680,00 €
Location véhicule	110,00 €	7	770,00 €
Location salle/équipements	100,00 €	5	500,00 €
Jours ESJ Lille/Kinshasa	650,00 €	5	3 250,00 €
Jours IAE/Kinshasa	650,00 €	5	3 250,00 €
Jours IFASIC	300,00 €	5	1 500,00 €
Jours UPC	300,00 €	5	1 500,00 €
Jours ESJ/prépa mission	650,00 €	1	650,00 €
Total			15 700,00 €

Mission évaluation mi-parcours			
Transport TGV/avion/visa/vaccins	1 300,00 €	1	1 300,00 €
Per diem	120,00 €	7	840,00 €
Location véhicule	110,00 €	7	770,00 €
Jours ESJ Lille/Kinshasa	650,00 €	5	3 250,00 €
Jours ESJ Lille/prépa mission	650,00 €	1	650,00 €
Total			6 810,00 €

Mission jury final			
Transport TGV/avion/visa/vaccins	1 300,00 €	2	2 600,00 €
Per diem	120,00 €	14	1 680,00 €
Location véhicule	110,00 €	7	770,00 €
Location salle/équipements	100,00 €	5	500,00 €
Jours ESJ Lille/Kinshasa	650,00 €	5	3 250,00 €
Jours IAE/Kinshasa	650,00 €	5	3 250,00 €
Jours IFASIC	300,00 €	5	1 500,00 €
Jours UPC	300,00 €	5	1 500,00 €
Jours ESJ/prépa mission	650,00 €	1	650,00 €
Total			15 700,00 €

Total missions	52 180,00 €
-----------------------	--------------------

Frais inscription Lille 1

30 étudiants	300,00 €	30	9 000,00 €
Total			9 000,00 €

4 Modules 30 heures ESJ Lille			
Transport TGV/avion/visa/vaccins	1 300,00 €	4	5 200,00 €
Per diem professeur	120,00 €	24	2 880,00 €
Per diem étudiants	5,00 €	480	2 400,00 €
Jours de cours	650,00 €	16	10 400,00 €
Jours prépa cours	650,00 €	8	5 200,00 €
Location salle/équipements	100,00 €	16	1 600,00 €
Location véhicule	110,00 €	24	2 640,00 €
Jours ESJ/prépa mission	650,00 €	4	2 600,00 €
Total			32 920,00 €

4 Modules 30 heures IAE Lille			
Transport TGV/avion/visa/vaccins	1 300,00 €	4	5 200,00 €
Per diem professeur	120,00 €	24	2 880,00 €
Per diem étudiants	5,00 €	480	2 400,00 €
Jours de cours	650,00 €	16	10 400,00 €
Jours prépa cours	650,00 €	8	5 200,00 €
Location salle/équipements	100,00 €	16	1 600,00 €
Location véhicule	110,00 €	24	2 640,00 €
Jours ESJ/prépa mission	650,00 €	4	2 600,00 €
Total			32 920,00 €

2 Modules 30 heures UPC			
Per diem professeur	20,00 €	8	160,00 €
Per diem étudiants	5,00 €	240	1 200,00 €
Jours de cours	300,00 €	8	2 400,00 €
Jours prépa cours	300,00 €	4	1 200,00 €
Location salle/équipements	100,00 €	8	800,00 €
Jours ESJ/prépa mission	650,00 €	2	1 300,00 €
Total			7 060,00 €

2 Modules 30 heures IFASIC			
Per diem professeur	20,00 €	8	160,00 €
Per diem étudiants	5,00 €	240	1 200,00 €
Jours de cours	300,00 €	8	2 400,00 €
Jours prépa cours	300,00 €	4	1 200,00 €
Location salle/équipements	100,00 €	8	800,00 €
Jours ESJ/prépa mission	650,00 €	2	1 300,00 €
Total			7 060,00 €

Total 360 heures enseignement			88 960,00 €
--------------------------------------	--	--	--------------------

3 missions tutorat/coaching/2 experts			
Transport TGV/avion/visa/vaccins	1 300,00 €	6	7 800,00 €

Per diem	120,00 €	42	5 040,00 €
Location véhicule	110,00 €	21	2 310,00 €
Jours ESJ Lille/Kinshasa	650,00 €	30	19 500,00 €
Jours ESJ Lille/prépa mission	650,00 €	6	3 900,00 €
Total			38 550,00 €

Suivi coaching/plateforme web			
Jours ESJ/experts	650,00 €	6	3 900,00 €
Jours ESJ/prépa	650,00 €	2	1 300,00 €
Total			5 200,00 €

Total coaching	43 750,00 €
-----------------------	--------------------

Suivi/coordination locale projet			
Salaire local mi-temps	300,00 €	19	5 700,00 €
Frais salarié local (transport, internet, t	150,00 €	19	2 850,00 €
Jours ESJ/suivi admin	650,00 €	10	6 500,00 €
Total			15 050,00 €

Total général	199 940,00 €
----------------------	---------------------

Annexe 4

Master Sciences

Mention Marketing - communication

Spécialité : Marketing – Communication – Culture (MCC)

Parcours optionnel : International Management des Médias (i2M)

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

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

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

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

Niveau : Approfondi

Heures : 30 heures, 4 ECTS

Module 2 : Mondialisation et management de la diversité culturelle

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

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

Niveau : Approfondi

Heures : 30 heures 4 ECTS

UE 2 Stratégies de relations avec les publics

Module 3 : Outils et stratégies marketing

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

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

Niveau : Approfondi

Heures : 30 heures 4 ECTS

Module 4 : Stratégies de positionnement et de communication

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

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

Niveau : Approfondi

Heures : 30 heures 4 ECTS

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

Module 5 : Management et gestion de la production

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

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

Niveau : Approfondi

Heures : 30 heures 4 ECTS

Module 6 : Stratégies et techniques de diffusion des médias

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

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

Niveau : Approfondi

Heures : 30 heures 4 ECTS

UE 4 Gestion, management et financement des médias

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

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

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

Niveau : Approfondi

Heures : 30 heures 4 ECTS

Module 8 : Stratégies financières et développement des médias

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

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

Niveau : Approfondi

Heures : 30 heures 4 ECTS

UE 5 Droit et Management des ressources humaines

Module 9 : Droit, éthique et responsabilité des médias

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

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

Niveau : Approfondi

Heures : 30 heures 4 ECTS

Module 10 : Management des ressources humaines et évolution des médias

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

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

Niveau : Approfondi

Heures : 30 heures 4 ECTS

UE 6 Management de projets et management stratégique des médias

Module A : Management de projets

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

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

Niveau : Approfondi

Heures : 30 heures 4 ECTS

Module B : Management stratégique comparés des médias

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

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

Niveau : Approfondi

Heures : 30 heures 4 ECTS

UE 7 Professionnalisation 3 mois minimum

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

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

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

Niveau : Approfondi

Crédits : 6 ECTS

Module B : Mémoire professionnel de fin de master

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

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

Niveau : Approfondi

Crédits : 6 ECTS

Annexe 5

Convention de partenariat

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

Partenaires :

Institut d'Administration des Entreprises (IAE) de l'Université Lille 1

Ecole supérieure de journalisme de Lille (ESJ)

L'Université Protestante au Congo (UPC)

L'Institut Facultaire des Sciences de l'Information et de la Communication (IFASIC)

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

Les partenaires de cette filière sont l'Université Protestante du Congo (UPC), l'Institut Facultaire des Sciences de l'Information et de la Communication (IFASIC), l'Institut d'Administration des Entreprises de l'Université de Lille 1 (IAE de Lille 1) et l'Ecole supérieure de journalisme de Lille (ESJ Lille).

I. Durée de la formation

La durée de la formation est de 24 mois, comprenant la formation à Kinshasa (République Démocratique du Congo). Il est prévu que la première promotion du Master démarrera au cours du deuxième semestre 2009 à Kinshasa.

II. Modules

Les partenaires se sont mis d'accord sur quatorze (14) modules (ou E.C.) de formation pour chacune des promotions.

Les modules sont assurés par :

- L'Institut d'Administration des Entreprises de Lille (5 modules),
- L'Ecole Supérieure de Journalisme de Lille (5 modules).
- L'Université Protestante du Congo (UPC) (2 modules).
- L'Institut Facultaire des Sciences de l'Information et de la Communication (IFASIC) (2 modules).

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

IV. Conditions d'admission

Les candidats doivent être titulaires d'un diplôme équivalent à Bac +4 ou posséder une expérience professionnelle d'au moins cinq ans et pouvant bénéficier d'une VAP.

V. Nombre d'étudiants

Il est fixé à un minimum de vingt (20) étudiants par promotion et à un maximum de trente (30).

VI. Organisation du recrutement

L'Université Lille 1 (IAE) est chargée de la communication, des inscriptions et de la perception des frais de scolarité. Les entretiens d'admission seront assurés par les partenaires.

VII. Diplômes

Quand un étudiant a suivi les quatorze (14) modules et a soutenu son mémoire, l'Université de Lille délivre un *Master Sciences, Mention « Marketing Communication », Spécialité « Marketing - Communication - Culture (MCC) », Parcours optionnel « International management des médias (I2M) »* et une certification professionnelle de Master est délivrée par l'Ecole supérieure de journalisme de Lille.

VIII. Evaluation de la qualité de la formation

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

IX. Budget

La gestion budgétaire du programme est confiée à l'Ecole Supérieure de Journalisme de Lille à laquelle chacun des partenaires facturera les modules dispensés.

X. Règlement des différends

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

XI. Dispositions particulières

La présente convention est rédigée en français.

La présente convention est rédigée en six (6) exemplaires originaux en français.

Les quatre parties signataires en seront destinataires.

La présente convention est établie pour une durée correspondant à la formation d'une promotion et renouvelable après accord exprès entre les parties.

A Lille, le

Pour l'Université Lille 1

M. Rollet, Président

Pour l'Ecole supérieure de journalisme de Lille

M. Vasseur, Président

Pour l'Université Protestante du Congo

M. Masamba, Doyen

Pour l'Institut Facultaire des Sciences de l'Information et de la Communication

M. Kitima, Recteur

Délocalisation à l'Université Protestante du Congo (R.D.C.) du Master International de Management des Medias de l'I.A.E.

Avis technique du centre international

Rédacteur : François-Olivier Seys

Commentaires du projet :

Ce projet est la délocalisation du Master de Management International des Medias de l'IAE à l'Université Protestante du Congo à Kinshasa en République Démocratique du Congo. Il est monté en consortium avec l'Ecole Supérieure de Journalisme de Lille. Délocalisé dans un pays en reconstruction, ce projet a pour but de former les cadres des medias congolais pour répondre à leurs développements dans le cadre de la démocratisation du pays. Pour le financer, l'IAE et l'ESJ, ont répondu à un appel d'offre de la Coopération Britannique qui est géré par France Coopération Internationale. Dans ce cadre, ce projet a obtenu les meilleures évaluations pédagogiques et administratives. Par ce projet, Lille 1 va renforcer sa position auprès de ces organismes importants dans le domaine de l'aide au développement et y apparaître encore plus comme un opérateur d'excellence.

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

C'est pourquoi, **le centre international émit un avis technique favorable** à la délocalisation Master de Management International des Medias de l'IAE à l'Université Protestante du Congo.

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

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

Le diplôme sera mis en place à l'Université Protestante du Congo (UPC). Une seconde institution congolaise, l'Institut Facultaire des Sciences de l'information et de la Communication (IFASIC), y sera également associée.

2. Type d'accord de coopération :

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

3. Nombre d'étudiants concernés par an :

Au minimum 20 étudiants et au maximum 30.

4. modalités d'accession au diplôme :

La formation est destinée aux cadres des médias congolais titulaires d'un diplôme équivalent à bac + 4 et possédant une expérience professionnelle de 5 ans au moins. Les étudiants seront

sélectionnés par un jury composé de représentants de Lille 1. Certains candidats pourront bénéficier d'une VAP.

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

Chef de projet : Fabrice Caudron, Maître de Conférences, directeur des études et président de jury du Master International de Management des Médias. 3 autres enseignants chercheurs de Lille 1 seront associés au projet ainsi qu'une demi-douzaine de formateurs de l'ESJ de Lille.

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

Plusieurs collègues congolais de l'UPC et de l'IFASIC seront associés au projet.

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

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

8. Mobilités prévues dans le projet :

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

9. Reconnaissance du diplôme décerné par les autorités locales :

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

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

Les perspectives sont très bonnes et la demande semble forte.

11. Valeur ajoutée pour les étudiants :

Les besoins de formations sont très importants sans un pays en reconstruction et en voie de stabilisation de démocratisation.

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

Les enseignements des enseignants-chercheurs lillois seront donnés en français.

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

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

14. Liens avec les entreprises :

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

15. Coût total du projet :

Le coût total du projet est d'environ 200 000 €. Il est financé par la Coopération Britannique et géré par France Coopération International, opérateur du Ministère des Affaires Etrangères et Européennes.

16. Coût par étudiant :

Environ 6600 € par étudiant

17. Coût pour les étudiants :

0 €par étudiant ; ils obtiennent même une aide financière à la mobilité pour leur permettre de venir suivre la formation.

18. Pérennité du financement :

La subvention obtenue suite au gain de l'appel d'offre permet de financer l'intégralité du projet.

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

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