

## Ecriture pour le digital

<b>Domaine</b>	Ingénierie et Architecture
<b>Filière</b>	Ingénierie des médias
<b>Orientation</b>	Ingénierie des médias (IM)
<b>Mode de formation</b>	Plein temps

### Informations générales

Nom	: Ecriture pour le digital
Identifiant	: EcrireWeb
Années académiques	: 2021-2022, 2022-2023
Responsable	: Jean-Marc Sandoz
Charge de travail	: 52 heures d'études
Périodes encadrées	: 36 (= 27 heures)

Semestre	E1	S1	S2	E2	S3	S4	E3	S5	S6
Cours			36						

### Connaissances préalables recommandées

-

### Objectifs

- Comparer des produits médias (sites web, blog, réseaux sociaux, imprimés) et dresser une typologie.
- Reconnaître les publics cibles, messages et codes.
- Saisir la nuance entre print et les supports numériques et intégrer les bonnes pratiques spécifiques à l'écriture numérique.
- Décrypter les contenus des médias (media literacy).
- Identifier les styles de rédaction web.
- Exercer les formes d'écriture web.
- Exploiter différents formats de communication.
- Elaborer une stratégie rédactionnelle pour des canaux digitaux.
- Faire le lien entre les questions rédactionnelles et la stratégie de marketing digital (SEO...).
- Optimiser un texte pour le référencement.

### Contenu et formes d'enseignement

*Répartition des périodes indiquée à titre informatif.*

**Cours:** 36 périodes

- |   |   |
|---|---|
| - Trouver, classifier, analyser de manière critique un support numérique (décrypter).   | 6 |
| - Trouver, comprendre, évaluer, et extraire du contenu en ligne pertinent (décrypter).  | 6 |
| - Identifier le message et rédiger des textes cohérents du point de vue de la forme, du style, et de la syntaxe. Prendre en compte le public cible (et personas) et l'objectif visé. Le choix de l'angle d'attaque, la rédaction du message essentiel, le choix du genre, la définition du plan de l'article, titres et chapô.            | 6 |
| - Quelle écriture favoriser en fonction du support : respect des « codes » selon le type print/web/mobile/social, par ex. magazine vs blog, social post/account, annonce publicitaire. Connaître les règles de la production de contenu (pyramide inversée, règle des sept questions, définition de la ligne éditoriale, parmi d'autres). | 4 |

- Outils méthodologiques en "media literacy" : élaborer des grilles d'observation et d'analyse pour décrypter et analyser les informations. 4
- Analyse et acculturation : analyser des supports numériques et en définir le style, la culture, la spécificité. 6
- Décryptage des médias (avec intervenant externe). 4

### Bibliographie

- AO Foundation, Writing for the Web, Update 2013  
- [https://www.aofoundation.org/Structure/education/publications/resources/Documents/Writing\\_for\\_web.pdf](https://www.aofoundation.org/Structure/education/publications/resources/Documents/Writing_for_web.pdf)
- Ronez, J. (2007). L'Écrit Web. Traitement de l'information sur internet. CFPJ Editions.
- Gani, M. (2018). Ecrire pour le Web. Dunod. La boîte à outils
- Canivet, I (2017).( 4e édition) Bien rédiger pour le Web.Eyrolles

### Contrôle de connaissances

**Cours** : L'acquisition des matières de cet enseignement sera contrôlée au fur et à mesure du cours par des tests et des travaux personnels tout au long de son déroulement.

#### Contrôle final - examen:

Un contrôle final aura lieu dans la semaine dite d'examen. Les modalités ci-dessous sont indicatives et les objectifs de formation évalués seront communiqués par l'enseignant.

### Calcul de la note finale

Note finale = moyenne cours x 1