

Mention Information
Communication

Master
MUSE

VIE DU MASTER MUSE ?

VOYAGE D'ÉTUDE ET JUNIORLAB

Contact : julia.bonaccorsi@univ-lyon2.fr

VOYAGE D'ÉTUDE

21-22 NOVEMBRE 2019

Espace public, culture, citoyenneté :

nouveaux lieux et répertoires,
le cas de Marseille



OBJECTIF PÉDAGOGIQUE

Le programme prévu a pour objectif de prendre connaissance d'une diversité de configurations de la relation entre culture et territoire, à partir de plusieurs entrées :

- Rencontres avec des professionnels ;
- Visites de lieux ;
- Arpentage de la ville.

Il s'agira ainsi de croiser trois échelles : celle de l'action d'une institution ou d'une association avec celle de l'équipement et du "lieu", et avec celle de la ville et du projet urbain.

LE CHOIX DE MARSEILLE

Marseille constitue un terrain propice à l'observation/analyse de nouvelles formes d'occupation culturelle et sociale de la ville :

historique,

à travers la Friche de la Belle de mai ;

contemporaine,

avec les cas emblématiques « d'espaces communs temporaires » comme *Coco Velten*, Le GR013 et le Parc Foresta, ou encore d'expressions polémiques liées au partage et la rénovation de l'espace public sur les murs de la ville comme dans le quartier du Panier.







ET APRÈS ?

A l'issue de la formation, 3 missions opérationnelles possibles :

- 1. Recherche fondamentale et appliquée** autour des mutations numériques et nouveaux usages, enjeux de l'information et des publics cibles, en lien avec les transformations et les innovations médiatiques actuelles.
- 2. Aide à la décision pour construire des stratégies de communication** dispositifs de médiation sur les thématiques sciences, société, culture, citoyenneté.
- 3. Maîtrise d'ouvrage et/ ou maîtrise d'œuvre pour des projets innovants** en matière de médiation scientifique, sociétale, culturelle, citoyenne.

JUNIORLAB

En 2019, ils/elles ont planché sur...

- Analyse et synthèse de la participation (avis) pour le comité de pilotage de l'Observatoire photographique de la Vallée de la Chimie (CAUE Rhône)
- Elaboration d'une stratégie et d'un plan de communication pour l'animation de la souscription publique ouverte pour la Cuivrerie de Cerdon (Département de l'Ain)
- Diagnostic de la visibilité du Musée de l'Imprimerie et préconisations pour une signalétique urbaine (Musée de l'Imprimerie, Lyon)
- Accompagner les Hospices civils de Lyon dans le traitement de leur e-réputation (Direction de la Marque et de la Communication des Hospices civils de Lyon)

MUSE — PROMOTION 2019

