Projet d'ouverture

ECTS : 1

Description du contenu de l'enseignement :

Une enquête journalistique, critique et décalée autour d'un phénomène de société international
Objectifs :
-observer sur le terrain un phénomène de société et s'interroger sur le rôle du marketing (exemple : les inégalités de genre, la discrimination raciale, la vulnérabilité économique, le tourisme de masse…)
-savoir produire du contenu éditorial, quelle qu'en soit la forme
-Mener une enquête journalistique

Livrables : un support (rédactionnel, artistique, créatif, visuel…) permettant d'illustrer l'enquête (chapitre de livre, blog, documentaire vidéo, BD, clip musical, photographies…).
Le voyage sera précédé d'une importante recherche bibliographique en amont. Sur place, le temps sera partagé entre des temps d'enquête (par groupes de travail) et des temps de conférences avec des personnes pertinentes au regard du thème choisi (en classe entière).
Après le voyage, les travaux des étudiants seront partagés en classe entière et serviront de base pour une réflexion collective autour de la recherche de solutions afin d'améliorer la situation de départ.
-observer sur le terrain un phénomène de société et s'interroger sur le rôle du marketing (exemple : les inégalités de genre, la discrimination raciale, la vulnérabilité économique, le tourisme de masse…)
-savoir produire du contenu éditorial, quelle qu'en soit la forme
-Mener une enquête journalistique

Compétence à acquérir :

Rédiger un rapport d'étonnement

Faire preuve de curiosité

Ouverture interculturelle