

<b>DIPLOME</b>	Licence d'Information et Communication (INFOCOM)
<b>PARCOURS</b>	Pas de parcours pour ce diplôme
<b>ANNÉE D'ÉTUDES</b>	Licence niveau 1
<b>INTITULÉ DU COURS</b>	Economie de l'information
<b>ENSEIGNANT(S)</b>	Khaled ZOUARI
<b>Adresse de contact</b>	khaled.zouari@uca.fr
<b>TYPE DE COURS</b>	CM
<b>NOMBRE D'HEURES</b>	20h
<b>LANGUE D'ENSEIGNEMENT</b>	Français
<b>TYPE D'ENSEIGNEMENT</b>	
<b>CAPACITÉ D'ACCUEIL LIMITÉE</b>	Oui
<b>SI OUI NOMBRE DE PLACES OUVERTES</b>	125
<b>OUVERT AUX ETUDIANTS ÉTRANGERS</b>	Oui
<b>SI OUI NOMBRE DE PLACES OUVERTES</b>	3
<b>PRÉ-REQUIS</b>	

### OBJECTIF DU COURS

Définir les notions suivantes : économie des médias et des TIC, marché des médias, modèles économiques, modèles d'affaires, économie numérique, etc...

Étudier les modèles économiques des médias et des TIC (modèle gratuit, modèle payant, modèle mixte)

Savoir confronter les travaux théoriques (analyses interdisciplinaires) aux études de cas (Google, Yahoo, presse en ligne, web TV, web radio) pour comprendre les logiques des marchés et les modèles économiques des médias et des TIC

### DESCRIPTIF DU COURS

Retrouvez votre emploi du temps sur : <https://ent.uca.fr>

Retrouvez les coordonnées de votre secrétariat pédagogique : <https://lcc.uca.fr/lufr/services-administratifs>

Ce cours est composé de 20hCM. Le cours est basé sur des méthodes pédagogiques qui favorisent la coconstruction du savoir savant sur le sujet. Les étudiants sont sollicités pour participer aux débats autour des questions abordées en cours. A chaque séance, un temps de débat est prévu afin de permettre aux étudiants de réagir.

La première partie des séances est réservée à la théorie (10h).

La deuxième partie est réservée aux études de cas (10h) présentées par le professeur.

Le cours aborde les thèmes suivants :

L'économie de l'information, des médias et des TIC : définitions, logiques socio-économiques,

Les notions de modèles économiques et de modèles d'affaires

Le marché des médias et des infomédiaires

L'économie de la presse (papier, en ligne)

L'économie de moteurs de recherche et des portails internet

L'économie des blogs

L'économie des réseaux sociaux

L'économie de la radio et de la télévision (traditionnelle, en ligne)

Perspectives théoriques et empiriques autour des tendances actuelles/futures en matière d'application des stratégies socio-économiques des médias et des TIC.

---

## **BIBLIOGRAPHIE / SITOGRAPHIE**

- Michel Mathien, Economie générale des médias, Paris, Ellipses, 2003.
- Éric Malin, Thierry Pénard, économie du numérique et de l'internet, Paris, Vuibert, 2010.
- Patrick Le Floch, Nathalie Sonnac, Économie de la presse, Paris, la découverte, 2005.
- Nadine Toussaint-Desmoulins, L'économie des médias, Paris, PUF, 2011.