



Baccalauréat en communication, rédaction et multimédia

RENSEIGNEMENTS

819 821-7266 (téléphone)

819 821-7285 (télécopieur)

etudes.francaises@USherbrooke.ca (adresse électronique)

RESPONSABILITÉ : Département des lettres et communications, Faculté des lettres et sciences humaines

LIEUX DE FORMATION ET TRIMESTRES D'ADMISSION

Sherbrooke : admission au trimestre d'automne

Le programme de baccalauréat en communication, rédaction et multimédia permet un cheminement général et un cheminement en communication marketing. Le cheminement général conduit à la maîtrise en études françaises, cheminement en communication, rédaction et multimédia. Le cheminement en communication marketing conduit à la maîtrise en administration, concentration en communication marketing.

GRADE : Bachelière ou bachelier ès arts, B.A.

OBJECTIFS

Objectif général

Former des professionnelles et professionnels polyvalents de la communication, de la rédaction et du multimédia, aptes à assumer ou à prendre en charge toutes les étapes d'un projet : conception d'idées originales, recherche de documentation et analyse de contenu, rédaction selon le contexte de communication et diffusion sur de multiples supports (écrits ou électroniques).

Objectifs spécifiques

Permettre à l'étudiante ou à l'étudiant :

- de concevoir et de gérer des projets dans les domaines de la langue et des communications;
- de maîtriser la langue, l'écriture et les divers types de rédaction professionnelle, et de s'initier à diverses pratiques langagières (audio, visuelle, etc.);
- de se familiariser avec le contexte de communication dans ses dimensions sociale, institutionnelle, politique et éthique;
- de développer une attitude critique par l'étude des principaux modèles théoriques et par l'analyse de discours spécialisés;
- d'exploiter les ressources informatiques dans une perspective de traitement, de mise en forme et de diffusion de l'information.

Pour le cheminement général

Permettre à l'étudiante ou à l'étudiant :

- d'acquérir des compétences polyvalentes dans les domaines visés et de s'initier à plusieurs pratiques professionnelles;
- de se familiariser avec différentes activités du domaine des communications, de la rédaction ou du multimédia, dans lequel il sera ultérieurement possible de se spécialiser.

Pour le cheminement en communication marketing

Permettre à l'étudiante ou à l'étudiant :

- d'acquérir des compétences spécialisées dans le domaine de la communication marketing;
- d'explorer toutes les facettes de ce champ de pratique professionnelle;
- de conjuguer des apprentissages dans les deux disciplines des communications et de l'administration;
- d'acquérir les préalables nécessaires à l'admission à la maîtrise en administration – concentration communication marketing.

ADMISSION

Condition générale d'admission aux programmes de 1^{er} cycle de l'Université (cf. *Règlement des études*)

RÉGIMES DES ÉTUDES ET D'INSCRIPTION

Pour le cheminement général

Régime régulier à temps complet, au moins pendant les trois premières sessions
Régime coopératif à temps complet

Pour le cheminement en communication marketing

Régime coopératif à temps complet pour un certain nombre d'étudiantes et d'étudiants

MODALITÉS DU RÉGIME COOPÉRATIF

Pour le cheminement général

Normalement, l'étudiante ou l'étudiant s'inscrit en première session au trimestre d'automne et l'agencement des sessions d'études (S) et des stages de travail (T) est le suivant :

1 ^{re} année			2 ^e année			3 ^e année			4 ^e année	
AUT	HIV	ÉTÉ	AUT	HIV	ÉTÉ	AUT	HIV	ÉTÉ	AUT	HIV
S-1	S-2	-	S-3	T-1	S-4	T-2	S-5	T-3	S-6	-

Pour le cheminement en communication marketing

Normalement, l'étudiante ou l'étudiant s'inscrit en première session au trimestre d'automne et l'agencement des sessions d'études (S) et des stages de travail (T) est le suivant :

1 ^{re} année			2 ^e année			3 ^e année		
AUT	HIV	ÉTÉ	AUT	HIV	ÉTÉ	AUT	HIV	ÉTÉ
S-1	S-2	S-3	T-1	S-4	T-2	S-5	T-3	S-6

CONDITIONS D'ACCÈS AU RÉGIME COOPÉRATIF

Pour le cheminement général

Sous réserve de la disponibilité des stages, l'étudiante ou l'étudiant, pour avoir accès au régime coopératif, doit avoir réussi toutes les activités pédagogiques obligatoires des deux premières sessions d'études, être inscrit aux activités pédagogiques obligatoires de la troisième session et maintenir une moyenne cumulative d'au moins 2,5 dans un système où la note maximale est de 4,3.

Pour le cheminement en communication marketing

Sous réserve de la disponibilité des stages, l'étudiante ou l'étudiant inscrit au cheminement en communication marketing est automatiquement admis au régime coopératif.

CRÉDITS EXIGÉS : 90

PROFIL DES ÉTUDES

TRONC COMMUN (33 crédits)

Activités pédagogiques obligatoires (33 crédits)

CRM 100	Documentation	CR
CRM 101	Institutions de la communication	3
CRM 102	Plans de communication	3
CRM 103	Norme et analyse	3
CRM 104	Rédaction : style et clarté	3
CRM 115	Médias numériques	3
CRM 140	Enjeux sociaux du multimédia	3
CRM 141	Fondements de la communication	3
CRM 142	Internet et multimédia I	3
CRM 144	Rédaction technique et promotionnelle	3
CRM 300	Grammaire avancée	3

CHEMINEMENT GÉNÉRAL (90 crédits)

- 33 crédits d'activités pédagogiques obligatoires du tronc commun
- 12 crédits d'activités pédagogiques obligatoires du cheminement
- 36 crédits d'activités pédagogiques à option
- 9 crédits d'activités pédagogiques au choix

Activités pédagogiques obligatoires (12 crédits)

CRM	121	Langages de communication	
CRM	143	Révision de textes	
CRM	145	Production multimédia I	
LCR	100	Langue, culture et société	

Activités pédagogiques à option (36 crédits)

Choisies parmi les activités des neuf blocs suivants :

BLOC 1 : Langages et médias

CRM	201	Communication et langage visuel	
CRM	202	Langage de l'image animée	
CRM	204	Rédaction de scénarios	
CRM	205	Atelier de communication orale	
CRM	206	Production radio	
CRM	207	Pratique de la vidéo numérique	

BLOC 2 : Pratiques de la rédaction

CRM	122	Anglicismes au Québec	
CRM	123	Rédaction professionnelle	
CRM	220	Résumé et rédaction professionnelle	
CRM	222	Révision et réécriture	
CRM	223	Rédaction créative	
CRM	224	Argumentation et persuasion	
CRM	226	Introduction à l'analyse de discours	
CRM	301	Projet terrain en CRM	

BLOC 3 : Multimédia

ART	242	Infographie	
ART	244	Création assistée par ordinateur	
CRM	241	Publication assistée par ordinateur	
CRM	243	Internet et multimédia II	
CRM	245	Production multimédia II	

BLOC 4 : Journalisme

CRM	260	Rédaction journalistique	
CRM	261	Magazines et périodiques	
CRM	262	La presse spécialisée	
CRM	263	Discours de presse	
CRM	264	Vulgarisation scientifique	
CRM	265	Critique culturelle	
CRM	266	Journalisme électronique	

BLOC 5 : Relations publiques et publicité

CRM	280	Introduction aux relations publiques	
CRM	281	Pratique des relations publiques	
CRM	282	Introduction à la publicité	
CRM	283	Création et rédaction publicitaires	
CRM	284	Communication organisationnelle	
CRM	285	Communication interpersonnelle	
CRM	286	Gestion des médias publicitaires	

BLOC 6 : Langue : description et normalisation

LCR	301	Le sens : texte et contexte	
LCR	302	Histoire de la langue française	
LCR	303	Français québécois : aspects généraux	
LCR	304	Analyse conversationnelle	
LCR	305	Grammaire descriptive	
LCR	306	Variation du français	
LCR	307	Lexique et banques de données informatisées	
LCR	308	Aménagement de la langue	
LCR	309	Les dictionnaires	
LCR	310	Lexicologie	
LCR	311	Recherches sur la langue : problèmes spécifiques	
LCR	312	Programme de lecture en linguistique	
LCR	313	Introduction à la sociolinguistique	

BLOC 7 : Critique et méthode

CRM	200	Analyse de l'information télévisée	3
CRM	320	Méthodologie de la recherche	3
CRM	321	Enquêtes et sondages	3
CRM	322	Femmes, écriture et représentation	3
CRM	323	Idéologie de l'écriture : des origines au Moyen Âge	3
CRM	324	Idéologie de l'écriture : les Temps modernes	3
CRM	325	Fondements de la rédaction	3
CRM	326	Impacts des médias	3
CRM	327	Éthique et communications publiques	3
CRM	330	Communication et mondialisation	3
CRM	331	Analyse des contenus médiatiques	3

BLOC 8 : Langue anglaise et traduction

ANG	128	<i>English Composition</i>	3
ANG	133	<i>Comparative Stylistics, French-English</i>	3
ANG	225	<i>Advanced Writing Skills</i>	3
ANS	400	Anglais avancé I	3
ANS	500	Anglais avancé II	3
TRA	110	Initiation à la traduction	3
TRA	210	Traduction générale	3
TRA	317	Double et adaptation au cinéma	3

BLOC 9 : Projets particuliers et microstages

CRM	340	Programme de lecture	3
CRM	600	Cours tutorial I	3
CRM	603	Activité pratique en milieu de travail	3
CRM	604	Activité pratique d'apprentissage (APA) I	3
CRM	605	Activité pratique d'apprentissage (APA) II	3

Activités pédagogiques au choix (9 crédits)

CHEMINEMENT EN COMMUNICATION MARKETING (90 crédits)

- 33 crédits d'activités pédagogiques obligatoires du tronc commun
- 33 crédits d'activités pédagogiques obligatoires du cheminement
- 18 crédits d'activités pédagogiques à option
- 6 crédits d'activités pédagogiques au choix

Activités pédagogiques obligatoires (33 crédits)

ADM	111	Principes d'administration	3
ANS	400	Anglais avancé I	3
CTB	115	Introduction à la comptabilité générale I	3
FEC	222	Éléments de gestion financière	3
GRH	221	Gestion du personnel et relations industrielles	3
MAR	221	Marketing	3
MAR	331	Comportement du consommateur	3
MAR	342	Recherche en marketing I	3
MAR	664	Politique de marketing	3
MQG	113	Méthodes quantitatives de gestion I	3
MQG	222	Statistique appliquée à la gestion	3

Activités pédagogiques à option (18 crédits)

Choisies parmi les activités suivantes :

ANG	128	<i>English Composition</i>	3
ANG	133	<i>Comparative Stylistics, French-English</i>	3
ANG	225	<i>Advanced Writing Skills</i>	3
ANG	271	<i>Public Speaking</i>	3
ANS	500	Anglais avancé II	3
CRM	143	Révision de textes	3
CRM	145	Production multimédia I	3
CRM	200	Analyse de l'information télévisée	3
CRM	205	Communication orale	3
CRM	206	Production radio	3
CRM	223	Rédaction créative	3
CRM	225	Lecture et analyse d'écrits professionnels	3
CRM	243	Internet et multimédia II	3
CRM	245	Production multimédia II	3
CRM	280	Introduction aux relations publiques	3
CRM	281	Pratique des relations publiques	3
CRM	282	Introduction à la publicité	3
CRM	283	Création et rédaction publicitaires	3
CRM	284	Communication organisationnelle	3
CRM	286	Gestion des médias publicitaires	3
CRM	331	Analyse des contenus médiatiques	3
CRM	500	Campagne de communication marketing	6
LCR	100	Langue, culture et société	3

ou
toute autre activité CRM, LCR ou TRA

Activités pédagogiques au choix (6 crédits)

Description des activités pédagogiques

Certains titres d'activités sont suivis d'un code à trois chiffres représentant, dans l'ordre, le nombre d'heures consacrées hebdomadairement à la présence en salle de cours, au travail en laboratoire et au travail personnel moyen.

ADM

ADM 111 3 cr.

Principes d'administration

Objectifs : connaître les principes et processus qui régissent l'entreprise, plus spécifiquement dans l'environnement canadien; apprendre à résoudre des problèmes simples reliés au processus de gestion; développer un vocabulaire et un système de références permettant d'intégrer plus facilement les autres notions de gestion.

Contenu : l'évolution des théories de management, les fonctions du gestionnaire, la culture de l'entreprise, le processus de gestion, la prise de décision, les éléments associés à la progression d'une entreprise.

ANG

Toutes les activités de code ANG requièrent une connaissance préalable de la langue anglaise mesurable par la réussite de l'activité ANS 500 ou l'équivalent.

ANG 128 3 cr.

English Composition

Objectifs : apprendre à écrire de façon claire, logique, cohérente et correcte; développer sa capacité de rédiger différents types de textes.

Contenu : rédaction de textes de nature variée (textes narratifs, descriptifs, expressifs, argumentatifs, informatifs, etc.). Structure de la phrase et structure des discours (contenu et forme). Cohérence, liens logiques. Exercices de style, d'usage et de vocabulaire. Analyse d'une variété de textes.

Préalable : ANS 500

ANG 133 3 cr.

Comparative Stylistics, French-English

Objectifs : connaître les différences entre les moyens d'expression caractéristiques de l'anglais et du français; connaître les contrastes entre les mécanismes et le fonctionnement des deux langues.

Contenu : étude comparative des moyens d'expression caractéristiques du français et de l'anglais. Points de comparaison : éléments lexicaux, grammaticaux et stylistiques; message global. Préférence de l'anglais pour le plan réel, et du français, pour le plan de l'entendement.

Préalable : ANG 128 ou CRM 103

ANG 225 3 cr.

Advanced Writing Skills

Objectifs : poursuivre sa démarche d'apprentissage de l'écriture claire, logique, cohérente et correcte; développer l'habileté à rédiger avec efficacité en fonction du contexte (les destinataires, le genre de texte, l'intention de communication).

Contenu : rédaction de textes selon la situation de communication; l'utilisation appropriée des niveaux de langue et des tons du discours. Considérations stylistiques; lisibilité; clarté; mot juste. Cohérence et logique du discours. Exercices de rédaction. Analyse de textes efficaces; révision de textes défectueux.

Préalable : ANG 128 ou l'équivalent

ANG 271 3 cr.

Public Speaking

Objectifs : savoir communiquer en anglais dans une variété de contextes (ex. : débats, réunions d'affaires, forums, présentations audiovisuelles); savoir effectuer une recherche sur un sujet d'actualité, savoir structurer une présentation en fonction de l'auditoire et de l'effet désiré; savoir s'exprimer efficacement dans une langue appropriée au contexte.

Contenu : production d'une page publicitaire pour la télévision ou la radio. Enregistrement de textes (livres d'enfants, nouvelles, etc.) pour une variété d'auditoires. Communication publique (avec support visuel) de renseignements de nature informative. Participation à des débats sur des sujets d'actualité. Interprétation de divers rôles associés à un événement social : introduction ou remerciements d'un conférencier, animation d'un débat ou évaluation de la performance d'intervenants dans un débat.

Préalable : ANS 500

ANS

ANS 400 3 cr.

Anglais avancé I

Objectifs : perfectionner ses aptitudes de compréhension et d'expression en anglais; saisir une grande variété de textes et de discours authentiques; pouvoir communiquer sans difficulté à l'oral comme à l'écrit dans la plupart des contextes.

Contenu : révision de problèmes spécifiques à la structure de la langue anglaise; expressions idiomatiques; dialogues et mises en situation; entraînement à la lecture de textes variés et à la rédaction de textes clairs; attention particulière accordée à l'écoute active.

Préalable : ANS 300

ANS 500 3 cr.

Anglais avancé II

Objectifs : acquérir une certaine aisance dans la compréhension et l'expression en anglais : être en mesure de tenir une conversation courante; de comprendre tout genre de textes; de rédiger des textes clairs et structurés.

Contenu : accent sur la langue parlée: discussions et présentations sur divers sujets d'actualité, mises en situation, idiomatismes; attention particulière à l'écoute active; travail sur du matériel authentique (média, ...); lectures variées et exercices de communication écrite dans divers contextes et registres de langues; approfondissement grammatical et lexical.

Préalable : ANS 400

ART

ART 242 3 cr.

Infographie

Objectifs : s'initier au monde de l'infographie et saisir les possibilités et les limites de la manipulation graphique sur ordinateur; se sensibiliser aux variables du langage visuel et aux nouvelles tendances du design graphique et de la communication visuelle; acquérir des connaissances fonctionnelles en graphisme sur ordinateur dans une perspective d'optimisation de la communication; apprendre à manipuler des images et des objets par ordinateur et à travailler avec des équipements et des logiciels graphiques courants.

Contenu : initiation au processus d'élaboration d'un projet (choix et organisation des composantes visuelles en fonction des objectifs visés, élaboration des conceptions graphiques préliminaires). Caractérisation des formats matriciel et vectoriel, techniques de retouche et de montage d'images, dessin traditionnel, imagerie 2 D (tracé, remplissage, gouachage et textures, filtres, *morphing*, etc.) et 3D (différentes techniques de modélisation, photomodélisation, texturage, illumination et réflexion). Application des connaissances théoriques et techniques à la production de différents types de documents infographiques dont certains destinés à l'infoute.

ART 244 3 cr.

Création assistée par ordinateur

Objectifs : se familiariser avec les principes esthétiques des arts médiatiques et développer un jugement esthétique et un sens critique face à ses propres productions et à celles des autres; favoriser l'émergence du potentiel créateur; approfondir ses connaissances et acquérir de nouvelles habiletés dans l'utilisation de l'ordinateur comme instrument de conceptualisation et d'expression dans le cadre de l'élaboration d'une production visuelle artistique.

Contenu : exploration des variables visuelles considérées dans leur environnement (couleur, texture, lumière, forme, perspective, mouvement, etc.). Application et dépassement des règles d'organisation et de composition de l'image; parallèlement, intégration des procédures propres à différents logiciels de traitement de l'image, animée ou non, en deux et en trois dimensions. Mise en œuvre de ces connaissances dans la réalisation assistée par ordinateur d'une création visuelle artistique.

Préalable : ART 242 ou CRM 242 ou IMN 428

CRM

CRM 100 3 cr.

Documentation

Objectifs : connaître les différentes ressources documentaires et leurs particularités; être en mesure de repérer l'information, de la sélectionner de façon raisonnée, d'y accéder, de la colliger et de la présenter.

Contenu : présentation des ressources et des services offerts par les différents milieux de documentation. Initiation à la manière de repérer l'information autant

à l'aide d'outils traditionnels qu'à l'aide d'outils informatisés. Sujets abordés : catalogues de bibliothèques, ouvrages de référence, périodiques, microformes, publications officielles, banques de données, ressources Internet. Apprentissage de la rédaction bibliographique.

CRM 101 3 cr.

Institutions de la communication

Objectifs : avoir une vue d'ensemble des institutions de la communication; aborder l'étude de ces institutions dans leurs aspects historique, économique, politique, culturel et social.

Contenu : le contexte d'émergence des grands médias de masse : de la presse écrite aux médias électroniques interactifs; les institutions de la communication au Québec et au Canada : l'organisation de l'industrie de la presse écrite, le système de radiotélédiffusion, l'industrie des télécommunications, la réglementation des institutions. Évolution et tendances.

CRM 102 3 cr.

Plans de communication

Objectifs : connaître les conditions d'élaboration d'un projet de communication; introduire les principaux paramètres entourant cette pratique; se situer dans ce contexte et apporter des outils théoriques de réflexion sur la pratique du communicateur.

Contenu : définition des principales étapes de la production communicationnelle (compréhension du mandat initial, identification du destinataire, analyse du contexte, quête de l'information, définition du plan et des stratégies, choix des langages et des formats, conception et réalisation, retour et évaluation); définition des habiletés et exigences attendues d'un professionnel en communication.

CRM 103 3 cr.

Norme et analyse

Objectifs : maîtriser la langue française dans son aspect normatif; comprendre à fond son fonctionnement; posséder, au sens figuré du terme, les instruments de travail qui s'y rapportent.

Contenu : retour sur les principales règles (accords, morphologie des noms, des verbes, des adjectifs et des adverbes, ponctuation, syntaxe) qui gouvernent la phrase française. Analyse fine (nature et fonction) de tous les constituants de cette phrase, qu'elle soit simple ou complexe : les groupes de mots et les propositions qui la composent, chacun des mots de ces ensembles, ainsi que les liens logiques qui unissent tous ces éléments.

CRM 104 3 cr.

Rédaction : style et clarté

Objectifs : développer l'habileté à rédiger différents types de textes (argumentatifs, créatifs, descriptifs, informatifs, ludiques, narratifs, persuasifs, etc.) tout en se pliant à des exigences de contenu et de forme; apprendre à retravailler ses textes afin de les rendre clairs (phrases courtes, simples et bien structurées) et efficaces.

Contenu : révision des erreurs (de vocabulaire, de syntaxe et de ponctuation) et des maladrotes stylistiques les plus courantes. Techniques d'autocorrection. Lecture d'un roman qui servira à la réalisation d'un ou de plusieurs travaux.

CRM 115**3 cr.****Médias numériques**

Objectifs : comprendre le multimédia dans sa perspective numérique, en saisissant la logique et en distinguant les principales utilisations et les divers modes de diffusion. Acquérir les connaissances théoriques nécessaires à des choix éclairés, notamment en ce qui concerne les formats et, dans le cas de l'audio et de la vidéo, la compression. Développer les compétences pratiques de base dans la manipulation de logiciels d'imagerie matricielle, d'imagerie vectorielle, de montage audio et vidéo.

Contenu : introduction au multimédia et aux médias numériques et survol des utilisations et des développements les plus récents en cette matière. Caractérisation raisonnée des principaux formats associés aux deux grandes catégories d'images numériques (matricielle et vectorielle); apprentissage des fonctions de base d'un logiciel d'imagerie matricielle et d'un logiciel d'imagerie vectorielle. Caractérisation raisonnée de l'audio et de la vidéo numériques et acquisition des connaissances nécessaires sur la compression; apprentissage des fonctions de base d'un logiciel de montage audio et d'un logiciel de montage vidéo et de la gravure avancée. Application de ces connaissances et de ces habiletés dans le cadre de la réalisation de travaux pratiques.

CRM 121**3 cr.****Langages de communication**

Objectif : acquérir une culture générale, en communication, des principaux dispositifs langagiers, de leurs diversités et de leurs combinaisons (scripturales, audio, visuelles).

Contenu : panorama des différents registres langagiers comme mode de représentation et de communication. Identification des spécificités, atouts, limites et contraintes. Étude de l'intégration et des impacts des dimensions historiques, technologiques, culturelles et sociales.

Préalables : CRM 101 et CRM 141

CRM 122**3 cr.****Anglicismes au Québec**

Objectif : saisir l'ampleur du phénomène de l'anglicisation de la langue française au Québec dans son usage courant et en dehors des secteurs techniques et spécialisés.

Contenu : présentation d'une grille d'analyse, suivie d'une étude raisonnée de quelque quatre cents anglicismes de toute provenance. Aperçu des caractéristiques propres au phénomène de l'anglicisation parallèlement au français standard. Rédaction d'un court travail portant sur sa propre anglicisation.

CRM 123**3 cr.****Rédaction professionnelle**

Objectifs : comprendre le rôle de la rédactrice ou du rédacteur en contexte professionnel. Différencier et caractériser les types de discours et les genres d'écrits courants. Identifier les mécanismes producteurs de cohésion et de cohérence dans les textes. Apprendre à améliorer la lisibilité et l'intelligibilité de ses productions textuelles.

Contenu : les compétences de la rédactrice ou du rédacteur en contexte professionnel; les paramètres d'une situation de communication publique; les types de

discours et les genres d'écrits y compris dans le Web; les marqueurs et opérateurs de cohésion et de cohérence dans les textes; les formules de lisibilité et les indicateurs d'intelligibilité (linguistiques, discursifs et typographiques).

Préalable : CRM 144 ou TRA 313 ou TRA 315

CRM 140**3 cr.****Enjeux sociaux du multimédia**

Objectifs : connaître et comprendre les enjeux socioculturels du développement massif d'Internet, du multimédia et des TIC.

Contenu : approche des différentes formes de communication engendrées par les nouvelles technologies de l'information. Définition des différents modes individuels et collectifs de représentation, d'usage et d'appropriation d'Internet. Réflexion sur les impacts économiques, sociaux et culturels de ces nouveaux médias.

Préalables : CRM 101 et CRM 141

CRM 141**3 cr.****Fondements de la communication**

Objectifs : reconnaître les principaux courants théoriques en communication; mesurer et savoir critiquer l'impact social et idéologique de leur application.

Contenu : identification des principales approches théoriques. Étude de leur contexte d'émergence et de développement. Analyse des structures, processus et relations entre les éléments constitutifs de situations communicationnelles.

CRM 142**3 cr.****Internet et multimédia I**

Objectifs : comprendre le multimédia et en connaître les modalités particulières d'emploi sur Internet; acquérir le savoir-faire nécessaire et apprendre à utiliser des outils logiciels de façon à pouvoir construire une page Web multimédia complexe, à savoir créer un site Web et à en assurer la gestion.

Contenu : initiation aux principes de la rédaction orientée Web, caractérisation des principales composantes multimédias et, à l'intérieur de celles-ci, des principaux formats, de façon à pouvoir faire les choix les plus appropriés. Apprentissage du langage de balisage HTML dans une perspective multimédia. Initiation au traitement et à l'encodage audio (son analogique et numérique), au dessin et à l'animation matriciels et vectoriels, au HTML dynamique et à l'interactivité (applets java et scripts cgi). Parallèlement, apprentissage du téléchargement, de l'émulation de terminal et acquisition d'habiletés dans le travail en équipe à distance. Application de ces connaissances à la réalisation d'un site Web multimédia.

Préalable : ANG 270 ou CRM 115 ou CRM 120

CRM 143**3 cr.****Révision de textes**

Objectifs : perfectionner les connaissances acquises du français normatif et développer une habileté à réviser correctement des textes de tous genres.

Contenu : révision et approfondissement des règles régissant les codes orthographique, grammatical, syntaxique, typographique et lexical de même que des techniques touchant l'utilisation appropriée des niveaux de langue, des charnières

logiques, des tons du discours visant à l'élégance et à l'exactitude de l'expression. Révision de textes écrits pour l'oral ou pour l'écrit et propres à divers discours : journalistiques, spécialisés, humoristiques, sites Web et autres. Assimilation, grâce à la pratique, des méthodes et outils essentiels à la révision de textes. Apprentissage de quelques banques de données lexicales et terminologiques, logiciels de correction, etc.

Préalable : CRM 300

CRM 144**3 cr.****Rédaction technique et promotionnelle**

Objectifs : connaître les caractères spécifiques du style technique, administratif et promotionnel en milieu de travail; être apte à rédiger, ou, selon le cas, à réviser les divers types de communication propres à ces domaines de la rédaction professionnelle; intégrer les technologies de l'information de manière à améliorer la lisibilité et l'efficacité des communications orales et écrites.

Contenu : apprentissage de la rédaction et de la présentation des principaux types de communication technique, administrative et promotionnelle : rapports de tous genres, offres de service et curriculum vitae, communiqués techniques et publipostages, lettres, notes, procès-verbaux et imprimés administratifs, directives et procédures, etc. Assimilation, grâce à la pratique, des notions, méthodes et outils essentiels à la rédaction en milieu de travail.

Préalable : CRM 104

CRM 145**3 cr.****Production multimédia I**

Objectifs : s'initier aux différentes étapes de la réalisation d'applicatifs multimédias; acquérir les connaissances nécessaires pour créer des environnements interactifs où sont unifiés différents médias; comprendre les forces et les contraintes inhérentes aux logiciels auteurs.

Contenu : apprentissage des étapes de production d'un logiciel multimédia interactif : identification des besoins, collecte des médias, *storyboarding*, cycles de prototypage; introduction à l'animation linéaire, vectorielle et tridimensionnelle; exploration des différentes catégories applicatives en multimédia : jeux, didacticiels, base de données interactives, utilitaires; identification des apports respectifs des différents médias dans un environnement intégré; initiation aux études d'utilisabilité; réalisations concrètes et nombreuses en laboratoire à l'aide de logiciels auteurs.

Préalable : CRM 115

CRM 200**3 cr.****Analyse de l'information télévisée**

Objectif : maîtriser les principales notions associées aux rôles et fonctions du traitement de l'information télévisée (bulletins d'information); reconnaître les dimensions idéologiques, politiques, économiques et culturelles inhérentes à la production et à la circulation de l'information télévisée dans les sociétés postmodernes.

Contenu : l'information comme pouvoir (démocratisation, désinformation, surinformation). Revue historique du rôle de l'information télévisée en Occident. Apprentissage des méthodes d'analyse (contenu, discours) qui permettent de ré-

véler, par des études de cas, les caractéristiques locales et nationales du traitement de l'information télévisée.

Préalables : CRM 101 et CRM 141

CRM 201**3 cr.****Communication et langage visuel**

Objectifs : s'initier aux pratiques de l'image fixe comme langage, complément ou substitut fonctionnels de l'écrit; évaluer la pertinence communicationnelle et la spécificité de l'image comme registre d'expression; acquérir les principes théoriques et concepts opératoires pouvant être appliqués à la production et à la réception des messages visuels.

Contenu : définition et spécificité de l'image comme mode de communication. Nature et relations du texte et de l'image. Fonctions de l'image comme « écriture » et comme illustration. Principes de lecture de l'image. Production et analyse de systèmes combinant des éléments textuels et iconiques.

Préalables : CRM 101 et CRM 141

CRM 202**3 cr.****Langage de l'image animée**

Objectif : connaître les particularités et principes du langage de l'image animée par rapport, notamment, à celui de l'image fixe.

Contenu : émergence du cinéma et de son industrie. Incidence sur les modes de représentation. Prolifération du langage audiovisuel et son évolution (du cinémascope à la réalité virtuelle).

Préalables : CRM 101 et CRM 141

Équivalence : COM 233

CRM 204**3 cr.****Rédaction de scénarios**

Objectifs : apprendre à construire des scénarios de type pédagogique, documentaire et publicitaire; différencier l'écriture de scénarios en fonction du média qui lui sert de support (pièce de théâtre, téléfilm, téléroman, radio-théâtre, vidéo corporatif, publicité, documentaire).

Contenu : apprentissage de l'écriture de scénarios (didascalies, dialogues, etc.) et des procédés narratifs qui s'y rattachent. Conception des personnages et progression dramatique. Création et écriture de scénarios à partir d'objectifs et de sujets précis.

Préalable : CRM 104

CRM 205**3 cr.****Atelier de communication orale**

Objectifs : acquérir et mettre en pratique les techniques de base utiles à l'expression orale; s'initier aux exigences de la prise de parole en public; améliorer sa capacité d'intervenir oralement dans des situations de la vie sociale et professionnelle.

Contenu : exploration des principales techniques permettant d'utiliser la voix et la parole en tant qu'instrument de communication : respiration, articulation et diction (pose de la voix, ton, rythme et intonations; attitude corporelle et psychologique, éléments verbaux et non verbaux). Théories et exercices touchant la présentation de soi, l'entrevue, la sollicitation, la présentation d'un projet (à un groupe restreint ou en grand groupe), l'entretien, l'exposé, la conférence (avec l'utilisation d'un projecteur électronique).

Préalable : CRM 104

Équivalence : COM 251

CRM 206 Production radio	3 cr.	CRM 223 Rédaction créative	3 cr.	tion d'une boîte à outils discursifs pour la rédaction et la réécriture.	production; analyse des relations avec le mandant : contact, ententes, suivi, résolution de conflits; réalisations concrètes en laboratoire à l'aide de logiciels auteurs; projet liant et simulation de situations d'entreprise.
Objectif : expérimenter les différentes facettes de la production radio, dans un environnement réel, soit dans le cadre d'une émission diffusée sur antenne, depuis la conception jusqu'à la diffusion.		Objectifs : développer sa capacité à générer de nombreuses idées et à produire des textes accrocheurs; être en mesure de tirer profit des techniques de créativité; apprendre à écrire sous pression directement à l'ordinateur; produire une nouvelle (d'une vingtaine de pages) de nature « policière ».		CRM 241 Publication assistée par ordinateur	3 cr.
Contenu : initiation aux différentes étapes de la conception, de la réalisation et de la production d'une émission de radio; prise en compte des particularités des différents genres pratiqués et des diverses fonctions impliquées dans le processus de production; analyse et évaluation des productions.		Contenu : présentation des méthodes (aléatoire, analogique, antithétique, associative, combinatoire, logique) et des techniques de créativité (carte mentale, concassage, matrice de découverte, mot inducteur, schéma, etc.). Divers jeux d'écriture. Lecture de romans policiers.		Objectif : apprendre, dans un contexte micro-informatique, à produire un document complexe jusqu'à l'étape du prêt-à-imprimer, et ce, en tenant compte de contextes rédactionnels diversifiés.	Préalable : CRM 145
Préalable : CRM 104		Préalable : CRM 104		Contenu : identification des capacités et des limites des outils logiciels de cette catégorie. Apprentissage des principes régissant la production de publications diverses, caractérisation des différents types de publication et établissement de stratégies éditoriales de mise en valeur de chacune d'elles. Notions de typographie. Initiation aux principales fonctions d'un logiciel d'édition. Initiation au traitement de l'image dans une perspective d'édition (documents imprimés). Apprentissage d'un logiciel d'édition et d'un logiciel de dessin vectoriel. Mise en application de ces connaissances et de ces compétences par la production de documents de différents types.	CRM 260 Rédaction journalistique
CRM 207 Pratique de la vidéo numérique	3 cr.	CRM 224 Argumentation et persuasion	3 cr.	Contenu : apprentissage des principes régissant la production de publications diverses, caractérisation des différents types de publication et établissement de stratégies éditoriales de mise en valeur de chacune d'elles. Notions de typographie. Initiation aux principales fonctions d'un logiciel d'édition. Initiation au traitement de l'image dans une perspective d'édition (documents imprimés). Apprentissage d'un logiciel d'édition et d'un logiciel de dessin vectoriel. Mise en application de ces connaissances et de ces compétences par la production de documents de différents types.	3 cr.
Objectifs : s'initier aux différentes étapes de la réalisation et de la production vidéo en mode numérique; développer des habiletés touchant la préproduction, la scénarisation, le tournage et le montage en mode numérique, ainsi que la post-production.		Objectifs : reconnaître et apprendre à utiliser les stratégies d'argumentation dans la langue et dans le discours; apprendre à rédiger des textes persuasifs bien argumentés, de genres divers.		Contenu : qu'est-ce que l'argumentation? Les situations d'argumentation en communication publique. Les acteurs et leurs rôles dans le texte argumentatif. L'argumentation dans la langue. L'énoncé général. Une typologie des arguments. La cohérence du texte argumentatif : les liens logiques. Les sophismes et les techniques de manipulation. La réfutation. Argumenter en expliquant, en racontant, en décrivant. Les enjeux éthiques de l'argumentation. Les genres argumentatifs et leurs caractéristiques.	Objectifs : acquérir la maîtrise des techniques de base de l'écriture journalistique; développer son habileté à rédiger différents textes à caractère journalistique; distinguer les genres journalistiques et les styles correspondants; s'initier à la terminologie de l'activité journalistique.
Contenu : apprentissage en laboratoire de la démarche de travail professionnel de réalisation et de production de vidéo numérique; production et réalisation de documents de courte et de moyenne durée. Expérimentation pratique sur le terrain; travaux individuels et en équipe. Apprentissage de toutes les étapes du processus de réalisation et de production à l'aide des appareils numériques requis pour la captation et des logiciels spécialisés pour le montage du son, de l'image et pour la postproduction.		Contenu : qu'est-ce que l'argumentation? Les situations d'argumentation en communication publique. Les acteurs et leurs rôles dans le texte argumentatif. L'argumentation dans la langue. L'énoncé général. Une typologie des arguments. La cohérence du texte argumentatif : les liens logiques. Les sophismes et les techniques de manipulation. La réfutation. Argumenter en expliquant, en racontant, en décrivant. Les enjeux éthiques de l'argumentation. Les genres argumentatifs et leurs caractéristiques.		Contenu : théorie de l'écriture journalistique. Différents genres journalistiques : nouvelle, reportage, compte rendu, critique, chronique, article d'opinion. Codes typographiques (majuscule, ponctuation) et lexique de la presse. Exercices et travaux pratiques.	Contenu : théorie de l'écriture journalistique. Différents genres journalistiques : nouvelle, reportage, compte rendu, critique, chronique, article d'opinion. Codes typographiques (majuscule, ponctuation) et lexique de la presse. Exercices et travaux pratiques.
Préalable : CRM 115 ou CRM 120		Préalable : CRM 144 Équivalence : RED 513		Contenu : introduction aux développements récents du Web (architectures, langages, catégories d'applications, etc.). Caractérisation raisonnée des principaux formats audio et vidéo utilisés sur le Web et apprentissage de leur traitement particulier. Dans une perspective de développement de sites plus interactifs et plus dynamiques, approfondissement de l'animation vectorielle et apprentissage des bases du java script. Caractérisation différentielle des approches client-serveur et acquisition des connaissances nécessaires à la mise en place de petits serveurs FTP et HTTP; parallèlement, initiation à la sécurité au niveau du matériel et des données. Application de ces connaissances lors de la réalisation de travaux spécifiques.	Préalable : CRM 104
CRM 220 Résumé et rédaction professionnelle	3 cr.	CRM 225 Lecture et analyse d'écrits professionnels	3 cr.	Contenu : introduction aux développements récents du Web (architectures, langages, catégories d'applications, etc.). Caractérisation raisonnée des principaux formats audio et vidéo utilisés sur le Web et apprentissage de leur traitement particulier. Dans une perspective de développement de sites plus interactifs et plus dynamiques, approfondissement de l'animation vectorielle et apprentissage des bases du java script. Caractérisation différentielle des approches client-serveur et acquisition des connaissances nécessaires à la mise en place de petits serveurs FTP et HTTP; parallèlement, initiation à la sécurité au niveau du matériel et des données. Application de ces connaissances lors de la réalisation de travaux spécifiques.	CRM 261 Magazines et périodiques
Objectifs : apprendre à résumer des textes de longueurs et de difficultés diverses; apprendre à rédiger différents types de résumés en suivant un processus de lecture et de rédaction méthodique; développer une culture réflexive sur l'écriture et la rédaction professionnelle.		Objectifs : outiller la rédactrice ou le rédacteur pour aborder la dimension textuelle et discursive des écrits professionnels : catégoriser en genres, évaluer la subjectivité d'un texte, repérer la prise en charge du discours et les indices de prescription; gérer la relation au destinataire; identifier le rapport d'un texte à d'autres et son ancrage dans le contexte, etc.		Contenu : introduction aux développements récents du Web (architectures, langages, catégories d'applications, etc.). Caractérisation raisonnée des principaux formats audio et vidéo utilisés sur le Web et apprentissage de leur traitement particulier. Dans une perspective de développement de sites plus interactifs et plus dynamiques, approfondissement de l'animation vectorielle et apprentissage des bases du java script. Caractérisation différentielle des approches client-serveur et acquisition des connaissances nécessaires à la mise en place de petits serveurs FTP et HTTP; parallèlement, initiation à la sécurité au niveau du matériel et des données. Application de ces connaissances lors de la réalisation de travaux spécifiques.	Objectifs : connaître les différents types de périodiques (hebdomadaires, magazines, revues), la spécificité de leur contenu, de leurs modes de production et de diffusion et de leur lectorat respectif; analyser la complémentarité et la concurrence entre les publications périodiques écrites et la presse électronique, corporative ou communautaire; pratiquer les différents genres journalistiques qui se retrouvent dans les magazines et périodiques écrits.
Contenu : méthodologie de la contraction de texte basée sur l'analyse de la structure, du thème, de la finalité de l'écrit de départ et sur la compréhension des caractéristiques propres du résumé; lecture, analyse et synthèse de textes sur l'écriture et sur la pratique de la rédaction professionnelle.		Contenu : analyse de textes variés qui circulent dans la société. Application de concepts et de notions proposés par l'analyse du discours et les disciplines connexes. Construction d'une boîte à outils discursifs pour la rédaction et la réécriture. Élaboration de critiques justifiées par les analyses, dégagement d'axes de réécriture.		Contenu : introduction aux développements récents du Web (architectures, langages, catégories d'applications, etc.). Caractérisation raisonnée des principaux formats audio et vidéo utilisés sur le Web et apprentissage de leur traitement particulier. Dans une perspective de développement de sites plus interactifs et plus dynamiques, approfondissement de l'animation vectorielle et apprentissage des bases du java script. Caractérisation différentielle des approches client-serveur et acquisition des connaissances nécessaires à la mise en place de petits serveurs FTP et HTTP; parallèlement, initiation à la sécurité au niveau du matériel et des données. Application de ces connaissances lors de la réalisation de travaux spécifiques.	Contenu : pratique des différents genres journalistiques présents dans les magazines : chronique, reportage (court et long), entrevue questions-réponses, compte rendu, portrait, etc. Aperçu des différentes étapes de la production : conception, commande, recherche, rédaction, correction. Analyse des publications existantes sur le marché. Présentation théorique de l'organisation de l'industrie, du rôle et des fonctions de ces publications, au plan local, régional, national et international.
Préalable : CRM 144 ou TRA 313 ou TRA 315		Préalable : CRM 104 ou CRM 141		Contenu : introduction aux développements récents du Web (architectures, langages, catégories d'applications, etc.). Caractérisation raisonnée des principaux formats audio et vidéo utilisés sur le Web et apprentissage de leur traitement particulier. Dans une perspective de développement de sites plus interactifs et plus dynamiques, approfondissement de l'animation vectorielle et apprentissage des bases du java script. Caractérisation différentielle des approches client-serveur et acquisition des connaissances nécessaires à la mise en place de petits serveurs FTP et HTTP; parallèlement, initiation à la sécurité au niveau du matériel et des données. Application de ces connaissances lors de la réalisation de travaux spécifiques.	Préalable : CRM 104
CRM 222 Révision et réécriture	3 cr.	CRM 226 Introduction à l'analyse de discours	3 cr.	CRM 245 Production multimédia II	CRM 262 La presse spécialisée
Objectifs : perfectionner les connaissances acquises en révision de textes; développer les habiletés exigées par la réécriture de textes défectueux appartenant à divers types de discours.		Objectifs : acquérir les moyens d'analyser les dimensions textuelles et discursives des écrits professionnels : identifier différents genres de discours et types de textes, déceler diverses manifestations de la subjectivité, étudier la distance, la prise en charge et la responsabilité énonciatives, repérer les indices de prescription et de la planification interlocutive; déterminer les rapports d'un texte à d'autres.		Objectifs : s'initier aux exigences du processus de réalisation d'applications multimédias; étendre la connaissance du multimédia interactif à la résolution de problèmes complexes; développer un sens de l'organisation du travail en multimédia.	Objectif : caractériser l'écriture et le traitement de l'information dans la presse corporative et spécialisée (associations, syndicats, etc.), dans le but de faire ressortir ses différences avec la presse d'information générale.
Contenu : apprentissage des techniques propres à la réécriture de textes plus ou moins compréhensibles et non adaptés au public visé; mise en application de ces techniques par la réécriture d'un grand nombre de textes d'importance et de genres différents. Outre la correction de la langue (grammaire, syntaxe, vocabulaire et typographie), l'attention est portée sur la cohérence, l'argumentation, l'aspect convaincant et la lisibilité du texte au regard du public visé et du support choisi, papier ou électronique, site Web, etc.		Contenu : analyse de textes variés : publicitaires, administratifs, journalistiques, etc. Application de concepts et de notions usités en analyse de discours. Construc-		Contenu : exposition aux étapes avancées de la démarche de production de logiciels multimédias interactifs : environnements multiplateformes, installeurs, <i>packaging</i> , copies et diffusion, encodage et protection; utilisabilité avancée; communication entre applicatifs multimédias et Internet; design d'interface; connectivité avec bases de données; exigences de réalisation et organisation de l'environnement de	Contenu : buts et stratégies éditoriales de la presse corporative. Le rôle de l'énonciateur du discours et ses manifestations énoncées et implicites. Les concepts d'image et d'information spécialisée.
Préalable : CRM 143					Préalable : CRM 104 Équivalence : RED 550

et des périodiques. Présentation des concepts majeurs de l'activité journalistique (information, opinion, objectivité, désinformation, etc.). Étude du traitement journalistique d'événements historiques particuliers (crises, débats publics, désastres lents, etc.).

Préalable : CRM 104
Équivalence : RED 651

CRM 264 **3 cr.**

Vulgarisation scientifique

Objectifs : découvrir les caractéristiques communicationnelles et rédactionnelles de diverses formes de vulgarisation scientifique. Analyser les discours utilisés, rédiger des articles de vulgarisation scientifique. Se sensibiliser aux enjeux sociopolitiques de la diffusion de la science.

Contenu : conditions et objectifs de la communication scientifique et de la vulgarisation. Spécificités discursives de la vulgarisation scientifique. Modalités d'écriture selon les supports de diffusion (journaux, magazines, sites), les objectifs communicationnels (sociaux, politiques, épistémologiques...) et les publics ciblés (enfants, adultes, groupes sociaux...). Étude critique et rédaction d'articles.

Préalable : CRM 104

CRM 265 **3 cr.**

Critique culturelle

Objectifs : s'initier à la critique journalistique d'activités culturelles (théâtre, danse, cinéma, cirque, spectacles populaires, musique, etc.); développer, en tant que spectateur ou spectatrice, un regard plus averti.

Contenu : étude des diverses composantes de l'univers des productions culturelles : mise en scène, éclairage, costumes, trame sonore, langages spécifiques. Analyse des critères propres à la critique culturelle. Familiarisation avec les appareils de promotion et de diffusion des productions. Rédaction et évaluation de textes de critiques.

Préalables : CRM 103 et CRM 104
Équivalence : RED 411

CRM 266 **3 cr.**

Journalisme électronique

Objectifs : s'initier aux différentes étapes de production d'un reportage télévisuel en mode vidéo numérique; développer sa capacité d'associer la forme au contenu dans l'élaboration du récit; comprendre le rôle de la narration et des entrevues; acquérir une autonomie dans les différentes étapes de la production.

Contenu : apprentissage de la démarche de travail menant à la réalisation de reportages de courte et de moyenne durée. Expérience pratique : choix d'un sujet, recherche, scénarisation, tournage, narration et montage. Réalisation en équipe d'une émission d'une heure pouvant être diffusée et constituée de plusieurs courts reportages. Analyse critique et évaluation des productions.

Préalable : CRM 142

CRM 280 **3 cr.**

Introduction aux relations publiques

Objectifs : considérer les relations publiques dans le processus global de la communication; connaître les principes, normes et facteurs qui caractérisent la fonction des relations publiques.

Contenu : historique, principes, pratiques, rôle et fonction des relations publiques.

Analyse de programmes et de plans de communication. Analyse et préparation de différents matériels utilisés dans les campagnes de relations publiques.

CRM 281 **3 cr.**

Pratique des relations publiques

Objectif : approfondir le rôle et l'importance des relations publiques dans des contextes spécifiques de communication dans les organisations avec leurs publics internes et externes.

Contenu : processus de la communication organisationnelle appliquée à des contextes spécifiques. Définition et mise en œuvre de programmes et de plans spécifiques de relations publiques (congrès, salons, expositions, commandites, campagnes de financement, gestion de crise, etc.).

Préalable : CRM 280

CRM 282 **3 cr.**

Introduction à la publicité

Objectifs : acquérir et mettre en pratique les bases théoriques de la publicité nécessaires à l'exercice du métier de rédacteur concepteur publicitaire.

Contenu : aperçu général des grands principes de base de la communication-marketing, de la psychologie publicitaire, du graphisme, etc. Analyse des principaux types de publicité (commerciale, sociétale, nationale, locale); analyse des différents médias (électronique et imprimés) liés au métier de rédacteur publicitaire; survol des principaux courants de pensée en publicité. Méthodes de création et stratégie publicitaires.

Préalable : connaissance du multimédia

CRM 283 **3 cr.**

Création et rédaction publicitaires

Objectifs : acquérir les techniques, le vocabulaire et les notions théoriques de la rédaction publicitaire efficace. Produire des textes publicitaires pour différents médias dans les conditions prévalant sur le marché (temps et quantité). Comprendre les contraintes inhérentes à la conception-rédaction publicitaire dans les médias de masse. Développer des méthodes d'autoévaluation et de travail tenant compte de ces contraintes.

Contenu : théorie de la rédaction publicitaire à la radio, à la télévision, dans les imprimés, en affichage et sur le Web. Pratiques intensives de rédactions publicitaires. Retours théoriques sur les faiblesses rencontrées dans la pratique. Études de cas.

Préalable : CRM 282

CRM 284 **3 cr.**

Communication organisationnelle

Objectifs : connaître les principales théories de l'organisation (conditions d'émergence, fondements, caractéristiques et articulation); savoir distinguer, sélectionner de façon critique et appliquer différents modèles et méthodes d'analyse dans une perspective de diagnostic et d'intervention dans l'organisation.

Contenu : caractérisation des grandes approches théoriques (approche « fonctionnaliste » et interprétative) de l'organisation et de différentes écoles de communication organisationnelle (perspectives instrumentale et interactionniste). Approfondissement de différents modèles et méthodes d'analyse. Application des acquis théoriques à des cas pratiques.

CRM 285 **3 cr.**

Communication interpersonnelle

Objectif : connaître les dimensions particulières de la communication interpersonnelle.

Contenu : introduction aux aspects théoriques de la communication interpersonnelle. La communication dans les groupes restreints : coordination du travail en équipe. Fonctions d'animation et de direction des groupes.

CRM 286 **3 cr.**

Gestion des médias publicitaires

Objectifs : connaître les dynamiques, les enjeux et les acteurs régissant l'industrie des médias publicitaires et des nouveaux médias dans une perspective locale, nationale et internationale. S'initier à l'ensemble des outils théoriques et méthodologiques propres à la planification média. Traduire les objectifs de communication en objectifs médias et en plans médias.

Contenu : industrie des communications, groupes et fournisseurs médias. Nouvelles technologies médiatiques. Notions de cibles, bases de données et profils socio-démographiques (BBM, comScores, PMB, Nadbank, Nielsen), mesures de l'impact média (PEB). Calendrier média, budget média et calculs des achats médias (CPM, CPC et CPP).

CRM 300 **3 cr.**

Grammaire avancée

Objectifs : consolider et approfondir ses connaissances grammaticales et lexicales; apprendre à manier judicieusement les charnières logiques servant à articuler une phrase complexe; développer des automatismes de correction.

Contenu : révision des règles les plus difficiles. Analyse de mots et de propositions (en tenant compte de la nouvelle grammaire). Rédaction de phrases à partir de schémas fournissant idées et liens logiques. Correction de textes grammaticalement défectueux. Présentation de points de vue différents sur des questions qui divisent les grammairiens.

Préalable : CRM 103

CRM 301 **3 cr.**

Projet terrain en CRM

Objectifs : mettre en pratique, dans le cadre de projets précis, l'essentiel des enseignements reçus dans un programme en communication, rédaction et multimédia. Contenu : conception et réalisation de mandats globaux touchant l'intégration des techniques de rédaction, de communication et du multimédia, soit la définition du mandat, la recherche documentaire, la rédaction et la relecture des textes, la mise en page du document sur support papier ou électronique, l'impression et la diffusion du document. Prise en compte des exigences rédactionnelles, communicationnelles ainsi que de celles de l'édition et du multimédia dans une perspective globale et fonctionnelle.

Préalables : CRM 103 et CRM 104

CRM 320 **3 cr.**

Méthodologie de la recherche

Objectifs : s'initier aux principales méthodes de recherche de façon à pouvoir choisir la plus appropriée dans un contexte donné; acquérir les connaissances théoriques et pratiques nécessaires à la réalisation d'une recherche qualitative ou quantitative (au

sens large); appliquer et s'approprier ces connaissances dans le cadre de la réalisation d'une recherche formelle complète, où sont couvertes toutes les étapes de la démarche, de la sélection d'un sujet à la rédaction d'un rapport, en passant par la collecte et l'analyse des données.

Contenu : l'éthique de la recherche. Caractérisation différentielle des différentes perspectives et méthodes de recherche. Les principes de la sélection d'une méthode et de la construction d'un instrument en termes d'adéquation aux besoins en information. Approfondissement des méthodes d'observation directe, de contenu, d'entrevue focalisée et d'entrevue en profondeur. Apprentissage du processus de la recherche empirique et réalisation de ses différentes étapes : sélection et définition d'un sujet, mise en relation avec un cadre théorique, formulation des hypothèses, sélection raisonnée de la méthode, constitution de l'échantillon ou du corpus, construction de l'instrument, collecte et traitement des données, analyse et discussion des résultats, préparation et rédaction du rapport de recherche.

CRM 321 **3 cr.**

Enquêtes et sondages

Objectifs : apprendre à distinguer les types de besoins en information, à sélectionner la méthode appropriée et à construire l'instrument associé; acquérir les connaissances théoriques et pratiques nécessaires à la réalisation complète d'une enquête par questionnaire. Savoir décoder les résultats de sondage, dont les données d'auditoire.

Contenu : introduction aux méthodes de collecte de données. Approfondissement de l'enquête par questionnaire dans une perspective d'application : identification des besoins en information et du mode d'administration; constitution du plan d'échantillonnage (population, cadre et méthodes, taille de l'échantillon, intervalle de confiance et marge d'erreur); construction, prétest et administration du questionnaire; analyse informatisée des données; rapport.

CRM 322 **3 cr.**

Femmes, écriture et représentation

Objectifs : saisir les particularités de la représentation des femmes dans l'écriture : images médiatisées, stéréotypes, construction de la réalité symbolique; analyser de manière critique le discours des médias à la lumière des recherches féministes dans le domaine.

Contenu : les différentes recherches féministes sur les femmes, la presse et les médias dans leur ensemble. Le traitement réservé aux femmes dans l'information, les téléromans, les films. Étude des notions suivantes : représentation, construction symbolique de l'image, stéréotype et distorsion.

CRM 323 **3 cr.**

Idéologie de l'écriture : des origines au Moyen Âge

Objectifs : saisir les rapports établis entre l'écriture et l'idéologie, avant la naissance des médias modernes; comprendre l'évolution de l'écriture à partir de ses rapports avec les idéologies qu'elle a servies.

Contenu : analyse des caractéristiques essentielles de l'écriture depuis sa naissance en Mésopotamie et en Égypte, compte tenu des ruptures qui ont scandé

son évolution. Étude de sa diversification au cours du Moyen Âge européen, et donc de la naissance de l'écriture française, à l'aide des courants et des grandes œuvres qu'elle a engendrés.

CRM 324 **3 cr.**

Idéologie de l'écriture : les Temps modernes

Objectif : dégager les grands traits du discours littéraire et médiatique actuel, à partir de l'analyse de l'idéologie des Temps modernes.

Contenu : recherche de ce qui constitue l'imaginaire de l'Occident, à partir de la rupture introduite par le romantisme au 18^e siècle, et particulièrement depuis la Révolution française de 1789. Mise en relief des rapports entre la littérature et les médias, dans la constitution d'une culture populaire à l'américaine.

CRM 325 **3 cr.**

Fondements de la rédaction

Objectifs : éclairer les pratiques d'écriture professionnelle à partir d'un ensemble de repères théoriques et de concepts interdisciplinaires. Comprendre les rôles et fonctions de l'écriture et des écrits dans la société. Découvrir la recherche en rédaction et certaines études appliquées. Examiner et décrire le processus d'écriture.

Contenu : concepts d'écrit, d'écriture, de texte, de discours, de lecteur. Pratiques en rédaction professionnelle. Dimensions sociohistoriques, communicationnelles, pragmatiques et cognitives, textuelles et discursives de l'écriture et des écrits. Production et réception des textes.

CRM 326 **3 cr.**

Impact des médias

Objectifs : comprendre les principales théories dans le domaine de la communication de masse; permettre de se familiariser avec les principaux paradigmes de la recherche sur l'étude des médias et du multimédia.

Contenu : principales théories, postulats et modèles qui ont marqué l'évolution de la discipline. Présentation du contexte dans lequel se sont développés les grands courants de la recherche sur la communication de masse, aussi bien en Europe qu'en Amérique du Nord.

Préalables : CRM 101 et CRM 141
Équivalence : COM 220

CRM 327 **3 cr.**

Éthique et communications publiques

Objectifs : comprendre les modes de régulation éthiques et juridiques qui régissent l'information publique; comprendre le rôle et l'impact des communications publiques dans la vie sociale et démocratique; permettre de les évaluer à partir de la critique intersubjective et de critères d'évaluation reconnus.

Contenu : la théorie de la Responsabilité sociale. Les règles déontologiques et les principes éthiques qui guident les professionnels des communications publiques. Les réglementations et les modalités de gestion de la déontologie des médias. Les différents types de contraintes juridiques et législatives. L'importance des communications publiques dans la perspective d'une société démocratique.

Préalables : CRM 101 et CRM 141
Équivalence : COM 222

CRM 330 **3 cr.**

Communication et mondialisation

Objectifs : dégager l'état des connaissances en communication internationale et culturelle; analyser les enjeux et les débats associés aux dimensions communicationnelle et culturelle de la mondialisation; développer un regard critique et informé sur la mondialisation.

Contenu : présentation de l'évolution du champ disciplinaire de la communication internationale et culturelle et de ses modèles théoriques. Étude de l'état des connaissances actuelles dans ce champ disciplinaire. Définir la mondialisation en tant que : processus, époque, discours, promesse, menace, façon d'appréhender et d'expliquer l'évolution technique, communicationnelle et culturelle.

Préalable : CRM 101 et CRM 141

CRM 331 **3 cr.**

Analyse des contenus médiatiques

Objectifs : maîtriser les principales notions associées aux rôles et fonctions des contenus médiatiques et culturels; reconnaître les dimensions idéologiques, politiques, économiques et sociales inhérentes à la production et à la circulation de ces contenus dans les sociétés postmodernes.

Contenu : représentations sociales dominantes (inégalité, sexisme, racisme, hypersexualisation) véhiculées par les contenus médiatiques et culturels; apprentissage des méthodes d'analyse (contenu, discours) qui permettent de révéler, par des études de cas, les caractéristiques et enjeux de ces représentations; revue historique du rôle de la culture médiatique en Amérique.

Préalables : CRM 101 et CRM 141

CRM 340 **3 cr.**

Programme de lecture

Objectifs : s'initier aux différentes perspectives de la communication sous tous ses aspects (médiatique, interpersonnelle, organisationnelle, etc.); développer une pragmatique dans l'art de lire avec profit.

Contenu : choix de lectures dans les différents domaines de la communication.

CRM 500 **6 cr.**

Campagne de communication marketing

Objectifs : intégrer les connaissances en communication, rédaction et multimédia. Articuler le mandat du client en termes communicationnels. Concevoir et planifier une campagne de communication marketing. Développer une pensée stratégique originale et professionnelle en communication.

Contenu : mandat, audit, recherche d'information, analyse stratégique, rapport, recommandations, plan d'intervention, budget et échéancier. Communication marketing intégrée : publicité, relations publiques, médias, multimédia et rédaction professionnelle. Conception et production d'outils de communication.

Préalables : CRM 102 et avoir obtenu 60 crédits

CRM 600 **3 cr.**

Cours tutoral I

Objectif : réaliser une activité pédagogique individualisée, de concert avec une professeure ou un professeur, sur une thématique spécifique qui n'est pas

normalement abordée dans le cadre des activités pédagogiques régulières.

CRM 603 **3 cr.**

Activité pratique en milieu de travail

Objectifs : appliquer à une situation concrète les habiletés théoriques et techniques acquises dans la formation. Participer aux diverses activités de type communicationnel d'un organisme privé ou public pour y assumer différentes tâches. Acquérir une expérience pratique comparable au milieu de travail.

Contenu : participation à toutes les étapes du travail dans le domaine des communications. Organisation et division du travail d'équipe. Réalisation des activités d'information et de communication de l'organisme.

Préalable : avoir obtenu 45 crédits en CRM

CRM 604 **3 cr.**

Activité pratique d'apprentissage (APA) I

Objectif : acquérir une expérience pertinente en milieu de travail, de type communautaire ou sans but lucratif, grâce à un microstage non rémunéré, encadré par un responsable de l'activité sur les lieux de travail et sous la supervision d'un professeur ou d'une professeure du Département.

Contenu : ensemble de tâches telles que gestion d'événements, rédaction de documents, conception de sites Web, réalisation d'outils de relations publiques ou de publicité, animation d'émissions de radio, etc.

Préalable : avoir obtenu 45 crédits en communication, rédaction et multimédia.

CRM 605 **3 cr.**

Activité pratique d'apprentissage (APA) II

Objectif : acquérir une expérience pertinente en milieu de travail, de type communautaire ou sans but lucratif, grâce à un microstage non rémunéré, encadré par un responsable de l'activité sur les lieux de travail et sous la supervision d'un professeur ou d'une professeure du Département.

Contenu : ensemble de tâches telles que gestion d'événements, rédaction de documents, conception de sites Web, réalisation d'outils de relations publiques ou de publicité, animation d'émissions de radio, etc.

Préalable : avoir obtenu 45 crédits en communication, rédaction et multimédia.

CTB

CTB 115 **3 cr.**

Introduction à la comptabilité générale I

Objectifs : se familiariser avec le contexte de la normalisation comptable et de son incidence sur les états financiers. Maîtriser la logique du système comptable.

Contenu : l'importance de la normalisation comptable, les principaux acteurs, le système d'enregistrement comptable, le cycle d'exploitation, les formes juridiques d'entreprises.

FEC

FEC 222 **3 cr.**

Éléments de gestion financière

Objectif : saisir les aspects fondamentaux de la gestion financière dans son environnement immédiat, l'entreprise, et dans son environnement plus global, les marchés financiers.

Contenu : le rôle essentiel de la gestion financière pour toutes les prises de décision dans l'entreprise. Les fonctions importantes de la finance dans une économie de marché. L'objectif de l'entreprise dans le contexte de la prise de décision en matière de gestion financière. Le rôle du facteur intérêt dans la prise de décision. La décision d'investissement analysée dans le contexte canadien, en insistant notamment sur les données nécessaires, la méthodologie et les critères de décision.

GRH

GRH 221 **3 cr.**

Gestion du personnel et relations industrielles

Objectifs : comprendre l'importance de la gestion des ressources humaines et acquérir des connaissances de base sur les principaux programmes élaborés et gérés par les spécialistes en ce domaine; acquérir les notions essentielles sur la structure et le fonctionnement de notre système de relations de travail.

Contenu : historique, environnement et structure de la gestion des ressources humaines. Planification des effectifs. Recrutement et sélection du personnel. Évaluation du rendement. Formation des cadres et des employés. Gestion de la rémunération. Santé et sécurité au travail. Cadre juridique des relations de travail. Organismes patronaux et syndicaux. Négociation et administration des conventions collectives. Arbitrage des griefs.

LCR

LCR 100 **3 cr.**

Langue, culture et société

Objectifs : acquérir les connaissances de base sur le fonctionnement et la variation du français; s'initier à l'approche objective de la langue, de façon à développer son esprit critique et à se prémunir contre les préjugés les plus courants concernant la langue en général et le français québécois en particulier; prendre conscience de la dynamique des langues, des liens étroits que ces systèmes de communication entretiennent avec les sociétés utilisatrices, de leur importance culturelle.

Contenu : le fonctionnement du français : les sons de base du français, quelques sons caractéristiques du français québécois; les mots (forme, sens) et le lexique (relations entre les mots); la structure de la phrase. La variation du français : variation dans le temps (les grandes périodes de l'histoire du français); variation dans l'espace (début de caractérisation de la variété québécoise); variation sociostylistique; normes et usages; oral et écrit. Valeurs sociales et culturelles de la langue.

LCR 301**3 cr.****Le sens : texte et contexte**

Objectifs : acquérir les notions de base qui permettent d'analyser les mécanismes de production du sens dans les textes; se familiariser avec l'étude des sens conventionnels, codifiés dans la langue, et l'étude des sens contextuels, effets des discours.

Contenu : le mot : dénotation et connotation; représentation du sens; relations de sens entre deux mots. La phrase : référence, modalité, acte de langage; inférences conventionnelles (implication et présupposition). Le texte : cohérence et cohésion; connecteurs argumentatifs, polyphonie. Le contexte : thème et propos; deixis et anaphore; règles du discours et implication; figures de style. L'énonciation.

Préalable : LCR 100

LCR 302**3 cr.****Histoire de la langue française**

Objectif : connaître les principaux faits marquant l'histoire de la langue française et les situer dans le temps et l'espace.

Contenu : origine et états successifs du français, notamment évolution de certains traits de prononciation et d'une partie du vocabulaire. Variation orthographique et naissance du Bon usage. Examen des aspects relatifs aux contacts entre les langues et aux causes des changements linguistiques.

Préalable : LCR 100

LCR 303**3 cr.****Français québécois : aspects généraux**

Objectifs : approfondir sa connaissance du français québécois, de façon à pouvoir situer objectivement cette variété linguistique par rapport aux autres variétés de français, notamment le français de France et le français acadien; se familiariser avec les principaux ouvrages consacrés à la description du français québécois.

Contenu : conditions sociohistoriques ayant présidé à la formation et au développement du français québécois; évolution de la conscience linguistique des Québécois. Variation interne du français québécois (normes et usages). Identification et classement des particularismes québécois (québécoïsmes) selon leur nature (de forme, de sens, de phraséologie, etc.) et leur origine (archaïsmes, dialectalismes, emprunts, innovations). Liens avec les autres variétés géographiques de français; liens avec le français dit « standard » ou « international ». Présentation des principaux ouvrages de description (glossaires, dictionnaires, atlas et corpus linguistiques, etc.). Place réservée aux québécoïsmes dans la chanson, la littérature, la presse québécoises.

Préalable : LCR 100

LCR 304**3 cr.****Analyse conversationnelle**

Objectifs : s'initier à l'analyse des interactions verbales; apprendre à distinguer les matériaux qui constituent les échanges parlés; prendre conscience de l'ordre qui se cache sous l'apparent désordre des conversations; voir l'existence de variations culturelles dans les pratiques conversationnelles.

Contenu : matériel verbal (unités de la langue), matériel paraverbal (intonation, pauses, débit...), matériel non verbal (pos-

ture, jeux des regards, mimiques, gestes, rires, distance...). Organisation locale et organisation globale des conversations. Rôles des interlocuteurs : collaboration et négociation. Caractère fonctionnel de certains ratés (ex. : phrases inachevées, marques d'hésitation...). La politesse et les actes menaçants pour les interlocuteurs. Variation interculturelle : variation des comportements paraverbaux et non verbaux, variation dans la réalisation des actes de langage comme le remerciement, l'excuse, la salutation, etc. Communication interculturelle et préjugés.

Préalable : LCR 100

LCR 305**3 cr.****Grammaire descriptive**

Objectifs : disposer des instruments nécessaires pour faire une analyse explicite et approfondie de la phrase française; définir les principales notions de la grammaire; être en mesure de porter un jugement éclairé sur une grammaire du français.

Contenu : histoire de la grammaire scolaire. Description et analyse des principaux éléments de la langue : catégories grammaticales, sous-catégories et fonctions; les types de phrases. Relation entre morphologie et syntaxe.

Préalable : LCR 100

LCR 306**3 cr.****Variation du français**

Objectifs : prendre conscience du phénomène de la variation qui affecte toutes les langues; s'initier à l'étude de ce phénomène à partir de l'exemple du français; identifier les principaux facteurs de variation et constater leurs effets sur la langue; étudier les réactions sociales suscitées par le constat de la variation.

Contenu : caractérisation de la variation selon une approche externe : variations temporelle, géographique, sociale, individuelle; niveaux de langue et styles; contacts des langues (bilinguisme, alternance, etc.); selon une approche interne : variations de type phonétique, lexical et grammatical. Normes, usages et attitudes; régulation implicite et standardisation explicite; insécurité linguistique.

Préalable : LCR 100

LCR 307**3 cr.****Lexique et banques de données informatisées**

Objectifs : connaître et mieux comprendre le fonctionnement du vocabulaire général et spécialisé d'une langue comme le français; initier les élèves aux outils informatiques de recherche lexicologique et terminologique.

Contenu : initiation aux diverses analyses du vocabulaire : mots simples, dérivés, composés, groupes complexes, néologismes, emprunts, etc. Initiation aux méthodes et aux outils de travail en lexicologie et terminologie informatisées : banques textuelles et linguistiques, index, concordances, listes de fréquence de mots et autres.

Préalable : LCR 100

LCR 308**3 cr.****Aménagement de la langue**

Objectif : situer le français québécois dans la perspective d'un plan d'aménagement qui tienne compte à la fois de son autonomie et de sa relation avec le français de France.

Contenu : les conditions d'une description du français québécois : prise en compte de la variation linguistique (nationale, régionale, sociolectale) et définition du français standard d'ici (normes objective et subjective). Étude de plusieurs éléments d'un plan d'aménagement : le système des marques dans les dictionnaires, la féminisation des titres, les emprunts à l'anglais.

Préalable : LCR 100

LCR 309**3 cr.****Les dictionnaires**

Objectifs : apprendre à mieux connaître les différents types de dictionnaires disponibles; s'initier aux principes et aux méthodes de la lexicographie pour être en mesure de comparer et d'évaluer le contenu des dictionnaires.

Contenu : examen des principaux types de dictionnaires contemporains (dictionnaires de langue, dictionnaires encyclopédiques, encyclopédies; dictionnaires papier, dictionnaires électroniques; etc.). Le dictionnaire et son contexte (objectifs et public visé; produit socioculturel, produit commercial et outil pédagogique). Structure et contenu du dictionnaire de langue; l'article et ses composantes (vedette, marques d'emploi, définition, exemple, etc.); décodage de l'information. Difficultés de l'entreprise lexicographique; richesses et limites des dictionnaires. Comparaison de dictionnaires français et québécois.

Préalable : LCR 100

LCR 310**3 cr.****Lexicologie**

Objectifs : s'initier à l'étude du vocabulaire (lexique); se familiariser avec les mécanismes de fonctionnement des mots par un examen de leurs relations paradigmatiques (axe vertical) et syntagmatiques (axe horizontal).

Contenu : délimitation et définition du mot; mots simples, mots composés, locutions; les types de mots (mots pleins, mots à valeur grammaticale, mots à valeur pragmatique) et leurs fonctions. Les différentes couches du lexique français. La création lexicale : la dérivation (préfixes et suffixes), la composition; les néologismes, les emprunts; les changements catégoriels. La forme : rencontre de sons et variation de forme. Le sens : représentation, relations entre mots, champs. Les collocations. La syntaxe : mots prédicatifs et mots non prédicatifs; relation prédicat et argument.

Préalable : LCR 100

LCR 311**3 cr.****Recherches sur la langue : problèmes spécifiques**

Objectifs : approfondir des questions relatives à l'étude du français; parfaire sa connaissance des méthodes qui permettent d'y parvenir; apprendre à analyser des données linguistiques et à évaluer les résultats qui en découlent.

Contenu : objectifs généraux d'une recherche sur la langue. Objectifs et méthode d'une recherche particulière : mise en place de concepts et d'une terminologie, constitution d'un corpus, analyse des données, formulation d'hypothèses. Aperçu de recherches en cours à Sherbrooke sur le lexique et la grammaire.

Préalable : LCR 100

LCR 312**3 cr.****Programme de lecture en linguistique**

Objectifs : apprendre à analyser et à exploiter les connaissances que recèle un texte linguistique en vue d'enrichir sa vision de la langue; lire et analyser une quinzaine de textes liés aux différents champs de la discipline (phonétique, phonologie, sémantique, lexicologie, morphologie, syntaxe, histoire de la langue, sociolinguistique, histoire de la linguistique, etc.) qui n'ont pas fait l'objet d'une activité pédagogique spécifique; présenter des travaux écrits et des exposés oraux.

Contenu : choix de textes à établir avec la professeure ou le professeur. Situation de ces textes dans le contexte où ils ont été produits. Évaluation de leur impact sur les connaissances scientifiques générales. Appréciation de leurs retombées sur les disciplines connexes (rédaction, traduction, enseignement, etc.)

Préalable : LCR 100

LCR 313**3 cr.****Introduction à la sociolinguistique**

Objectifs : s'initier à l'étude du contact des langues et des rapports entre langues et sociétés, notamment en pays francophones; se familiariser avec les notions de base de la sociolinguistique, ainsi qu'avec ses méthodes d'enquête et d'analyse.

Contenu : diversité linguistique et francophonie. Contact des langues (bilinguisme et multilinguisme; langue, identité et ethnicité; diglossie; conflit linguistique; vitalité ethnolinguistique; transfert linguistique, etc.). Langue et sociétés francophones : pidgins et créoles; discours mixte (alternance de codes, emprunts, etc.). Approche variationniste (stéréotypes, hypercorrection, légitimité et insécurité linguistiques).

Préalable : LCR 100

MAR**MAR 221****3 cr.****Marketing**

Objectif : acquérir les notions de base de marketing.

Contenu : le concept de marketing. Les différentes étapes conduisant de l'innovation du produit à sa commercialisation. Introduction au comportement du consommateur. La demande et les marchés. Les produits et la concurrence. Initiation à la stratégie de marketing. Le plan de marketing. Le marketing-mix. La vente. Le marketing dans la société contemporaine.

MAR 331**3 cr.****Comportement du consommateur**

Objectif : assimiler les concepts de base du comportement des consommateurs de façon à pouvoir les utiliser efficacement sur le plan pratique.

Contenu : les modèles en comportement du consommateur. La culture, les sous-cultures et les classes sociales. Les groupes de référence et la famille. Les situations. La perception. La personnalité. La motivation. Les attitudes et la relation attitude-comportement. La communication persuasive. Le processus de décision d'achat.

Préalable : MAR 221

MAR 342

3 cr.

Recherche en marketing I

Objectifs : se familiariser avec les principales étapes du processus de recherche, mener à bien une recherche appliquée et développer un sens critique vis-à-vis des études et rapports de recherche qui pourront se présenter dans le cadre d'emplois futurs pour ainsi concilier les aspects réalisation et utilisation.

Contenu : des notions théoriques et pratiques sur les principales étapes du processus : identification de la problématique et détermination des objectifs; la détermination des sources d'information et la préparation de l'outil de collecte de l'information, l'échantillonnage; la collecte de l'information, l'analyse des données; la rédaction du rapport de recherche.

Préalable : MAR 221

Antérieure : ECN 323 ou MQG 222

MAR 664

3 cr.

Politique de marketing

Objectif : intégrer les connaissances acquises en marketing dans un plan d'action commerciale.

Contenu : série d'exposés et de discussions de cas d'entreprises permettant d'approfondir les aspects théoriques et pratiques de l'élaboration d'une stratégie de marketing : fixation des objectifs commerciaux, analyse d'environnement, identification de l'opportunité de marketing et de l'avantage concurrentiel, élaboration du plan et des programmes de marketing, contrôle de l'efficacité commerciale, plan de lancement de nouveaux produits ou services.

Préalables : MAR 331 et MAR 342 et avoir obtenu 66 crédits dans le programme.

MQG

MQG 113

3 cr.

Méthodes quantitatives de gestion I

Objectif : acquérir ou approfondir les connaissances de base en mathématiques propices à des études à la Faculté d'administration.

Contenu : point de vue de l'administrateur plutôt que du théoricien. Accent porté sur l'habileté à manipuler des concepts mathématiques et à les utiliser dans la résolution de problèmes reliés à l'administration.

MQG 222

3 cr.

Statistique appliquée à la gestion

Objectifs : se familiariser avec le traitement et l'analyse statistiques des données; utiliser un micro-ordinateur dans ce domaine.

Contenu : révision rapide des statistiques descriptives et du calcul des probabilités. Règles de base de l'inférence statistique. Applications univariées à la moyenne, à la variance, aux proportions, à la forme d'une distribution. Applications bivariées : corrélation, régression linéaire simple, analyse de variance à un facteur, analyse des tableaux de contingence.

TRA

TRA 110

3 cr.

Initiation à la traduction

Objectif : développer une certaine aptitude à traduire des textes pragmatiques de l'anglais vers le français.

Contenu : initiation théorique et pratique à la traduction, au moyen d'une méthode d'analyse des textes. La traduction comme acte de communication : transmission fidèle du message par l'analyse du texte de départ et son transfert correct dans la langue d'arrivée. Identification des outils disponibles (dictionnaires, lexiques, banque de données).

Préalables : ANS 500 et CRM 010

TRA 210

3 cr.

Traduction générale

Objectifs : approfondir les notions de base de l'opération de traduction et améliorer l'aptitude à traduire des textes variés de l'anglais au français.

Contenu : étude de concepts linguistiques servant à l'analyse de problèmes de traduction. Analyse approfondie des domaines grammatical et lexical. Les pièges de la traduction. Traductions commentées et exercices pratiques.

Préalable : TRA 110 ou TRA 133

TRA 317

3 cr.

Doublage et adaptation au cinéma

Objectifs : se familiariser avec les différentes étapes du doublage au cinéma. Comprendre les contraintes linguistiques et culturelles inhérentes à cette activité. S'initier à l'adaptation à l'aide d'un logiciel spécialisé. Être en mesure d'appliquer ces techniques dans l'adaptation (de l'anglais au français) d'extraits audiovisuels appartenant à différents genres. Prendre conscience des enjeux sociopolitiques du doublage et de leur incidence cinématographique.

Contenu : principes et techniques cinématographiques du doublage et de l'adaptation. Contraintes liées à l'oralité et à la phonétique. Exercices pratiques en laboratoire. Contextualisation socioculturelle de l'activité de doublage.

Préalables : (ANG 110 ou LCR 100) et (ANG 133 ou TRA 110 ou TRA 133)