

FACULTÉ DES LETTRES ET SCIENCES HUMAINES

Baccalauréat en communication appliquée

Les sections *Présentation*, *Structure du programme* et *Admission et exigences* constituent la version officielle de ce programme. La dernière mise à jour a été faite le 9 octobre 2019. L'Université se réserve le droit de modifier ses programmes sans préavis.

PRÉSENTATION

Sommaire*

*IMPORTANT : Certains de ces renseignements peuvent varier selon les cheminements ou concentrations. Consultez les sections *Structure du programme* et *Admission et exigences* pour connaître les spécificités d'admission par cheminements, trimestres d'admission, régimes ou lieux offerts.

CYCLE

1er cycle

CRÉDITS

90 crédits

GRADE

B.A.

TRIMESTRE(S) D'ADMISSION

Automne

RÉGIME DES ÉTUDES

Régulier, Coopératif

RÉGIME D'INSCRIPTION

Temps complet

LIEU

Campus principal de Sherbrooke

PARTICULARITÉS*

Ouvert aux étudiants internationaux avec possibilité de stages rémunérés

Ouvert aux étudiants internationaux en régime régulier

Ouvert aux étudiants internationaux en échange

Possibilité de stage ou de cours à l'étranger

* Peuvent varier pour certains cheminements ou concentrations.

RENSEIGNEMENTS

819 821-8000, poste 62277

819 821-7285 (télécopieur)

dep-com@USherbrooke.ca

Information(s) générale(s)

Le programme de baccalauréat en communication appliquée permet :

- un cheminement coopératif en rédaction
- un cheminement coopératif en communication
- un cheminement coopératif en communication marketing
- un cheminement régulier

Les cheminements coopératifs en rédaction, en communication et le cheminement régulier conduisent à la maîtrise en communication. Le cheminement coopératif en communication marketing conduit à la maîtrise en administration concentration en communication marketing ou à la maîtrise en communication.

Objectif(s)

Former des professionnelles et professionnels de la communication, de la rédaction et des médias numériques polyvalents et capables de prendre en charge toutes les étapes d'un projet, de l'idée originale à sa réalisation, selon le contexte de communication et le mode de diffusion.

Objectif(s) général(aux)

Permettre à l'étudiante ou à l'étudiant :

- de concevoir et de gérer des projets dans les domaines de la communication, y compris dans les environnements numériques les plus récents;
- de maîtriser la langue tant à l'oral qu'à l'écrit, dans les divers types de pratiques professionnelles en communication;
- de planifier, de rédiger et de réviser des textes professionnels de genres diversifiés, en fonction de contraintes liées à l'atteinte d'objectifs communicationnels stratégiques;
- de se familiariser avec le contexte contemporain de communication dans ses dimensions sociale, institutionnelle, culturelle et déontologique;
- de développer son esprit critique par l'analyse et la pratique des discours professionnels en communication, à partir de modèles théoriques;
- de développer tant son esprit de synthèse, sa rigueur méthodologique, sa capacité argumentative que sa créativité;
- d'évaluer et d'exploiter les ressources informatiques et numériques dans une perspective critique de traitement, d'analyse, de production et de circulation de contenus adaptés;
- d'acquérir la formation nécessaire à la poursuite d'études supérieures

Objectif(s) spécifique(s)

POUR LE CHEMINEMENT COOPÉRATIF EN RÉDACTION

Permettre à l'étudiante ou à l'étudiant :

- de parfaire ses compétences rédactionnelles dans un milieu professionnel.

POUR LE CHEMINEMENT COOPÉRATIF EN COMMUNICATION

Permettre à l'étudiante ou à l'étudiant :

- de maîtriser les compétences attendues dans les métiers de la communication interne et externe dans les organisations ainsi que dans les pratiques du journalisme, et ce, sur différentes plateformes.

POUR LE CHEMINEMENT COOPÉRATIF EN COMMUNICATION MARKETING

Permettre à l'étudiante ou à l'étudiant :

- d'acquérir les connaissances et de développer les compétences spécialisées dans le domaine de la communication marketing;
- de comprendre l'apport et l'influence de la communication dans les stratégies de mise en marché des produits et des services;
- de s'approprier les concepts de base de l'administration des affaires (gestion, finances, comptabilité, marketing, comportement de consommation, gestion des ressources humaines).

POUR LE CHEMINEMENT RÉGULIER

Permettre à l'étudiante ou à l'étudiant :

- de développer ses compétences rédactionnelles dans un milieu professionnel;
- d'acquérir les compétences attendues dans les métiers de la communication interne et externe dans les organisations ainsi que dans les pratiques du journalisme, et ce, sur différentes plateformes.

STRUCTURE DU PROGRAMME

Modalités du régime coopératif

Pour les cheminements coopératifs en rédaction, en communication et 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

Cheminement coopératif en rédaction

TRONC COMMUN - 33 crédits

Activités pédagogiques obligatoires - 33 crédits

COM121	Stratégies de recherche documentaire - 3 crédits
COM122	Institutions de la communication - 3 crédits
COM123	Norme et analyse - 3 crédits
COM124	Rédaction : style et clarté - 3 crédits
COM125	Outils informatiques - 3 crédits
COM126	Médias numériques - 3 crédits
COM127	Planification de la communication - 3 crédits
COM128	Rédaction technique et promotionnelle - 3 crédits
COM129	Révision de textes - 3 crédits
COM130	Théories de la communication - 3 crédits
COM131	Enjeux sociaux du numérique - 3 crédits

PROFIL DU CHEMINEMENT

- 33 crédits d'activités pédagogiques obligatoires du tronc commun
- 21 crédits d'activités pédagogiques obligatoires du cheminement
- de 27 à 36 crédits d'activités pédagogiques à option du cheminement
- de 0 à 9 crédits d'activités pédagogiques au choix

Activités pédagogiques obligatoires - 21 crédits

COM211	Grammaire avancée - 3 crédits
COM212	Stratégies de rédaction - 3 crédits
COM213	Rédaction créative - 3 crédits
COM214	Discours et société - 3 crédits
COM262	Rhétorique et argumentation - 3 crédits
COM263	Analytique Web - 3 crédits
LCR100	Langue, culture et société - 3 crédits

Activités pédagogiques à option - 27 à 36 crédits

Choisies parmi les activités des quatre blocs suivants:

BLOC 1: Enjeux et méthodes

COM244	Communication visuelle - 3 crédits
COM245	Impacts des médias - 3 crédits
COM341	Communication orale - 3 crédits
COM342	Discours de presse - 3 crédits
COM343	Méthodes qualitatives de recherche - 3 crédits
COM344	Enquêtes et sondages - 3 crédits
COM345	Analyse des contenus médiatiques - 3 crédits
COM346	Langages de communication - 3 crédits
COM347	Analyse du discours - 3 crédits
COM348	Programme de lecture - 3 crédits

BLOC 2: Rédaction spécialisée

COM361	Rédaction de scénarios - 3 crédits
COM362	Pratiques journalistiques - 3 crédits
COM363	Vulgarisation scientifique - 3 crédits
COM364	Critique culturelle - 3 crédits
COM365	Création et rédaction publicitaires - 3 crédits
COM366	Anglicismes au Québec - 3 crédits
COM367	Révision et réécriture - 3 crédits

BLOC 3: Communication appliquée aux organisations

COM241	Gestion de contenu Web - 3 crédits
COM242	Relations publiques - 3 crédits
COM243	Communication interne - 3 crédits
COM281	Introduction à la publicité - 3 crédits
COM282	Gestion des médias publicitaires - 3 crédits
COM283	Projet en communication - 3 crédits
COM381	Communication organisationnelle - 3 crédits
COM382	Communication interpersonnelle - 3 crédits
COM383	Communication et gestion événementielle - 3 crédits
COM601	Cours tutorial - 3 crédits
COM602	Microstage - 3 crédits

BLOC 4: Langue anglaise et traduction

Au moins une activité choisie parmi les suivantes :

ANG128	English Composition - 3 crédits
ANG271	Public Speaking - 3 crédits
ANS400	Anglais avancé I - 3 crédits
ANS500	Anglais avancé II - 3 crédits
TRA110	Initiation à la traduction - 3 crédits
TRA133	Stylistique comparée, français-anglais - 3 crédits

Activités pédagogiques au choix - 0 à 9 crédits

Cheminement coopératif en communication

TRONC COMMUN - 33 crédits

Activités pédagogiques obligatoires - 33 crédits

COM121	Stratégies de recherche documentaire - 3 crédits
COM122	Institutions de la communication - 3 crédits
COM123	Norme et analyse - 3 crédits

COM124	Rédaction : style et clarté - 3 crédits
COM125	Outils informatiques - 3 crédits
COM126	Médias numériques - 3 crédits
COM127	Planification de la communication - 3 crédits
COM128	Rédaction technique et promotionnelle - 3 crédits
COM129	Révision de textes - 3 crédits
COM130	Théories de la communication - 3 crédits
COM131	Enjeux sociaux du numérique - 3 crédits

PROFIL DU CHEMINEMENT

- 33 crédits d'activités pédagogiques obligatoires du tronc commun
- 21 crédits d'activités pédagogiques obligatoires du cheminement
- de 27 à 36 crédits d'activités pédagogiques à option du cheminement
- de 0 à 9 crédits d'activités pédagogiques au choix

Activités pédagogiques obligatoires - 21 crédits

COM241	Gestion de contenu Web - 3 crédits
COM242	Relations publiques - 3 crédits
COM243	Communication interne - 3 crédits
COM245	Impacts des médias - 3 crédits
COM262	Rhétorique et argumentation - 3 crédits
COM263	Analytique Web - 3 crédits
COM381	Communication organisationnelle - 3 crédits

Activités pédagogiques à option - 27 à 36 crédits

Choisies parmi les activités des quatre blocs suivants:

BLOC 1: Enjeux et méthodes

COM214	Discours et société - 3 crédits
COM244	Communication visuelle - 3 crédits
COM341	Communication orale - 3 crédits
COM342	Discours de presse - 3 crédits
COM343	Méthodes qualitatives de recherche - 3 crédits
COM344	Enquêtes et sondages - 3 crédits
COM345	Analyse des contenus médiatiques - 3 crédits
COM346	Langages de communication - 3 crédits
COM347	Analyse du discours - 3 crédits
COM348	Programme de lecture - 3 crédits
LCR100	Langue, culture et société - 3 crédits

BLOC 2: Rédaction spécialisée

COM211	Grammaire avancée - 3 crédits
COM212	Stratégies de rédaction - 3 crédits
COM213	Rédaction créative - 3 crédits
COM361	Rédaction de scénarios - 3 crédits
COM362	Pratiques journalistiques - 3 crédits
COM363	Vulgarisation scientifique - 3 crédits
COM364	Critique culturelle - 3 crédits
COM365	Création et rédaction publicitaires - 3 crédits
COM366	Anglicismes au Québec - 3 crédits
COM367	Révision et réécriture - 3 crédits

BLOC 3: Communication appliquée aux organisations

COM281	Introduction à la publicité - 3 crédits
COM282	Gestion des médias publicitaires - 3 crédits
COM283	Projet en communication - 3 crédits
COM382	Communication interpersonnelle - 3 crédits
COM383	Communication et gestion événementielle - 3 crédits
COM601	Cours tutorial - 3 crédits
COM602	Microstage - 3 crédits

BLOC 4: Langue anglaise et traduction

Au moins une activité choisie parmi les suivantes :

ANG128	English Composition - 3 crédits
ANG271	Public Speaking - 3 crédits
ANS400	Anglais avancé I - 3 crédits
ANS500	Anglais avancé II - 3 crédits
TRA110	Initiation à la traduction - 3 crédits
TRA133	Stylistique comparée, français-anglais - 3 crédits

Activités pédagogiques au choix - 0 à 9 crédits

Cheminement coopératif en communication marketing

TRONC COMMUN - 33 crédits

Activités pédagogiques obligatoires - 33 crédits

COM121	Stratégies de recherche documentaire - 3 crédits
COM122	Institutions de la communication - 3 crédits
COM123	Norme et analyse - 3 crédits
COM124	Rédaction : style et clarté - 3 crédits
COM125	Outils informatiques - 3 crédits
COM126	Médias numériques - 3 crédits
COM127	Planification de la communication - 3 crédits
COM128	Rédaction technique et promotionnelle - 3 crédits
COM129	Révision de textes - 3 crédits
COM130	Théories de la communication - 3 crédits
COM131	Enjeux sociaux du numérique - 3 crédits

PROFIL DU CHEMINEMENT

- 33 crédits d'activités pédagogiques obligatoires du tronc commun
- 48 crédits d'activités pédagogiques obligatoires du cheminement
- de 3 à 9 crédits d'activités pédagogiques à option du cheminement
- de 0 à 6 crédits d'activités pédagogiques au choix

Activités pédagogiques obligatoires - 48 crédits

ADM124	Management contemporain - 3 crédits
ANS500	Anglais avancé II - 3 crédits
COM242	Relations publiques - 3 crédits
COM243	Communication interne - 3 crédits
COM282	Gestion des médias publicitaires - 3 crédits

COM283	Projet en communication - 3 crédits
COM365	Création et rédaction publicitaires - 3 crédits
CTB302	Information comptable - 3 crédits
FEC301	Gestion financière et communication marketing - 3 crédits
GRH121	Gestion des ressources humaines - 3 crédits
MAR221	Marketing - 3 crédits
MAR301	Gestion de mandat en communication et marketing - 3 crédits
MAR331	Comportement du consommateur - 3 crédits
MAR342	Recherche en marketing I - 3 crédits
MAR667	Stratégie de marketing - 3 crédits
MQG301	Méthodes quantitatives en communication marketing - 3 crédits

Activités pédagogiques à option - 3 à 9 crédits

Choisies parmi les activités des trois blocs suivants:

BLOC 1: Enjeux et méthodes

COM214	Discours et société - 3 crédits
COM244	Communication visuelle - 3 crédits
COM245	Impacts des médias - 3 crédits
COM262	Rhétorique et argumentation - 3 crédits
COM341	Communication orale - 3 crédits
COM342	Discours de presse - 3 crédits
COM343	Méthodes qualitatives de recherche - 3 crédits
COM344	Enquêtes et sondages - 3 crédits
COM345	Analyse des contenus médiatiques - 3 crédits
COM346	Langages de communication - 3 crédits
COM347	Analyse du discours - 3 crédits
COM348	Programme de lecture - 3 crédits
LCR100	Langue, culture et société - 3 crédits

BLOC 2: Rédaction spécialisée

COM211	Grammaire avancée - 3 crédits
COM212	Stratégies de rédaction - 3 crédits
COM213	Rédaction créative - 3 crédits
COM361	Rédaction de scénarios - 3 crédits
COM362	Pratiques journalistiques - 3 crédits
COM363	Vulgarisation scientifique - 3 crédits
COM364	Critique culturelle - 3 crédits
COM365	Création et rédaction publicitaires - 3 crédits
COM366	Anglicismes au Québec - 3 crédits
COM367	Révision et réécriture - 3 crédits

BLOC 3: Communication appliquée aux organisations

COM241	Gestion de contenu Web - 3 crédits
COM263	Analytique Web - 3 crédits
COM381	Communication organisationnelle - 3 crédits
COM382	Communication interpersonnelle - 3 crédits
COM383	Communication et gestion événementielle - 3 crédits
COM601	Cours tutoral - 3 crédits
COM602	Microstage - 3 crédits

Activités pédagogiques au choix - 0 à 6 crédits

Cheminement régulier

TRONC COMMUN - 33 crédits

Activités pédagogiques obligatoires - 33 crédits

COM121	Stratégies de recherche documentaire - 3 crédits
COM122	Institutions de la communication - 3 crédits
COM123	Norme et analyse - 3 crédits
COM124	Rédaction : style et clarté - 3 crédits
COM125	Outils informatiques - 3 crédits
COM126	Médias numériques - 3 crédits
COM127	Planification de la communication - 3 crédits
COM128	Rédaction technique et promotionnelle - 3 crédits
COM129	Révision de textes - 3 crédits
COM130	Théories de la communication - 3 crédits
COM131	Enjeux sociaux du numérique - 3 crédits

PROFIL DU CHEMINEMENT

- 33 crédits d'activités pédagogiques obligatoires du tronc commun
- 15 crédits d'activités pédagogiques obligatoires du cheminement
- de 33 à 42 crédits d'activités pédagogiques à option du cheminement
- de 0 à 9 crédits d'activités pédagogiques au choix

Activités pédagogiques obligatoires - 15 crédits

COM211	Grammaire avancée - 3 crédits
COM241	Gestion de contenu Web - 3 crédits
COM242	Relations publiques - 3 crédits
COM262	Rhétorique et argumentation - 3 crédits
COM263	Analytique Web - 3 crédits

Activités pédagogiques à option - 33 à 42 crédits

Choisies parmi les activités des quatre blocs suivants:

BLOC 1: Enjeux et méthodes

COM214	Discours et société - 3 crédits
COM244	Communication visuelle - 3 crédits
COM245	Impacts des médias - 3 crédits
COM341	Communication orale - 3 crédits
COM342	Discours de presse - 3 crédits
COM343	Méthodes qualitatives de recherche - 3 crédits
COM344	Enquêtes et sondages - 3 crédits
COM345	Analyse des contenus médiatiques - 3 crédits
COM346	Langages de communication - 3 crédits
COM347	Analyse du discours - 3 crédits
COM348	Programme de lecture - 3 crédits
LCR100	Langue, culture et société - 3 crédits

BLOC 2: Rédaction spécialisée

COM212	Stratégies de rédaction - 3 crédits
COM213	Rédaction créative - 3 crédits

COM361	Rédaction de scénarios - 3 crédits
COM362	Pratiques journalistiques - 3 crédits
COM363	Vulgarisation scientifique - 3 crédits
COM364	Critique culturelle - 3 crédits
COM365	Création et rédaction publicitaires - 3 crédits
COM366	Anglicismes au Québec - 3 crédits
COM367	Révision et réécriture - 3 crédits

BLOC 3: Communication appliquée aux organisations

COM243	Communication interne - 3 crédits
COM281	Introduction à la publicité - 3 crédits
COM282	Gestion des médias publicitaires - 3 crédits
COM283	Projet en communication - 3 crédits
COM381	Communication organisationnelle - 3 crédits
COM382	Communication interpersonnelle - 3 crédits
COM383	Communication et gestion événementielle - 3 crédits
COM601	Cours tutorial - 3 crédits
COM602	Microstage - 3 crédits

BLOC 4: Langue anglaise et traduction

Au moins une activité choisie parmi les suivantes :

ANG128	<i>English Composition</i> - 3 crédits
ANG271	<i>Public Speaking</i> - 3 crédits
ANS400	Anglais avancé I - 3 crédits
ANS500	Anglais avancé II - 3 crédits
TRA110	Initiation à la traduction - 3 crédits
TRA133	Stylistique comparée, français-anglais - 3 crédits

Activités pédagogiques au choix - 0 à 9 crédits

ADMISSION ET EXIGENCES

Lieu(x) de formation et trimestre(s) d'admission

Sherbrooke : admission au trimestre d'automne

Condition(s) générale(s)

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

Critère(s) de sélection

Le [processus de sélection et les catégories de candidatures](#) sont définis sur le site web du Département.

Régime(s) des études et d'inscription

POUR LES CHEMINEMENTS COOPÉRATIFS EN RÉDACTION, EN COMMUNICATION ET EN COMMUNICATION MARKETING

Régime coopératif à temps complet obligatoire

POUR LE CHEMINEMENT RÉGULIER

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

Conditions d'accès au régime coopératif

Pour les trois cheminements coopératifs en rédaction, en communication et en communication marketing

Sous réserve de la disponibilité des stages, l'étudiante ou l'étudiant inscrit à l'un de ces trois cheminements est automatiquement admis au régime coopératif. La personne doit toutefois maintenir une moyenne cumulative d'au moins 2,5 dans un système où la note maximale est de 4,3, faute de quoi elle se verra exclue du cheminement coopératif et transférée au cheminement régulier.

POURQUOI CE PROGRAMME

Ce qui distingue ce programme

PERFORMER DANS TOUTES LES SITUATIONS DE COMMUNICATION

Chacun des 4 cheminements permet des apprentissages théoriques et pratiques. Prenez des décisions éclairées à toutes les étapes d'un projet, de la planification à la production d'outils jusqu'à l'évaluation de leur impact, et ce, avec une maîtrise remarquable de la langue. Grâce aux spécialisations, vous développez une expertise en rédaction, en communication intégrée ou en communication marketing. De plus, des cours à option permettent de parfaire votre expertise selon vos intérêts : publicité, stratégies numériques ou communication interne ou externe.

Mettez vos apprentissages en pratique

Déployez vos connaissances lors des stages coopératifs. Au nombre de 3, ces stages - rémunérés et à temps complet - vous permettent de confirmer vos intérêts et d'évaluer vos compétences durant votre parcours. En plus des stages, de nombreux cours sont de type appliqué : projets concrets, concours, organisation d'événements, etc. Vous terminerez donc vos études avec un diplôme reconnu, une expérience pertinente d'un an et un carnet de contacts bien rempli!

Choisissez un cheminement intégré bac-maîtrise en 4 ans

Démarquez-vous en optant pour le seul parcours intégré bac-maîtrise en communication marketing au Canada. En seulement 4 ans, maîtrisez la communication appliquée aux marques : analyse de marché, recherche en marketing, gestion, publicité et relations publiques.

Forces du programme

- Polyvalence
- Divers cheminements permettant de se spécialiser dans un domaine pointu des communications
- Expérience professionnelle rémunérée de 12 mois au moment d'entrer sur le marché du travail
- Cours axés sur la pratique permettant de tester les apprentissages et de les intégrer
- Maîtrise de la langue française
- La taille restreinte des groupes favorisant les échanges et l'interaction avec le corps enseignant

À propos des cheminements

- Cheminement régulier : permet de développer ses compétences rédactionnelles dans un milieu professionnel et d'acquérir les compétences attendues dans les métiers de la communication interne et externe dans les organisations ainsi que dans les

pratiques du journalisme, et ce, sur différentes plateformes.

- Cheminement coopératif en rédaction : permet de parfaire ses compétences rédactionnelles dans un milieu professionnel.
- Cheminement coopératif en communication : permet de maîtriser les compétences attendues dans les métiers de la communication interne et externe dans les organisations ainsi que dans les pratiques du journalisme, et ce, sur différentes plateformes.
- Cheminement coopératif en communication marketing (bac-maîtrise) : permet d'acquérir les connaissances et de développer les compétences spécialisées dans le domaine de la communication marketing; de comprendre l'apport et l'influence de la communication dans les stratégies de mise en marché des produits et des services et de s'appropriier les concepts de base de l'administration des affaires.

Qualités requises

- Créativité
- Curiosité
- Astuce
- Habilité à convaincre
- Dynamisme
- Bon jugement
- Rigueur
- Grande capacité d'adaptation
- Facilité à travailler sous pression

Secteurs d'emploi

- Agences de relations publiques
- Agences de publicité, de communication
- Entreprises de production multimédia
- Municipalités et gouvernements
- Médias (journaux, magazines, radio ou télévision)
- Entreprises culturelles
- Services de communication de grandes ou moyennes entreprises

Quelques professions liées

- Relationniste
- Agente, agent de communication
- Consultante, consultant en communication
- Journaliste
- Rédactrice, rédacteur et rédactrice-révisrice, rédacteur-réviseur

- Coordonnatrice, coordonnateur d'événements
- Chargée, chargé de projets et coordonnatrice, coordonnateur de projets
- Recherchiste

Exemples de tâches spécifiques

- Planifier une campagne publicitaire
- Mettre en place une cellule de gestion de crise
- Concevoir un site Internet
- Préparer un reportage
- Organiser un lancement de produit

- Élaborer un plan de communication
- Scénariser et réaliser un documentaire
- Rédiger un communiqué de presse
- Créer une affiche pour un événement
- Organiser une veille stratégique dans les médias sociaux

Autres programmes qui pourraient vous intéresser

- [Baccalauréat en administration des affaires, concentration marketing](#)
- [Baccalauréat en études littéraires et culturelles](#)

INDEX DES ACTIVITÉS PÉDAGOGIQUES

ADM124 - Management contemporain

Sommaire

CYCLE

1er cycle

CRÉDITS

3 crédits

FACULTÉ/CENTRE

École de gestion

PARTICULARITÉS

Offert à tous

Cible(s) de formation

S'initier à la gestion des organisations et des intangibles. Amorcer une compréhension du management stratégique. Se sensibiliser à la gestion des idées, de l'innovation et du changement.

Contenu

Gestion des organisations. La pensée stratégique. Gestion des intangibles. Gestion de l'innovation. Gestion des connaissances. Prise de décision. Processus administratif : le PODC (planifier-organiser-diriger-contrôler). Métier du dirigeant.

Équivalente(s)

(ADM129)

et

(ADM111)

et

(ADM119)

ANG128 - English Composition

Sommaire

CYCLE

1er cycle

CRÉDITS

3 crédits

FACULTÉ/CENTRE

Faculté des lettres et sciences humaines

Cible(s) de formation

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(s)

ANS500

Équivalente(s)

ANG220

ANG271 - Public Speaking

Sommaire

CYCLE

1er cycle

CRÉDITS

3 crédits

FACULTÉ/CENTRE

Faculté des lettres et sciences

humaines

Cible(s) de formation

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 remerciement d'un conférencier, animation d'un débat ou évaluation de la performance d'intervenants dans un débat.

Préalable(s)

(ANS500 ou ANS505)

ou niveau 5 au test de classement

Équivalente(s)

ANG425

ANS400 - Anglais avancé I

Sommaire

CYCLE

1er cycle

CRÉDITS

3 crédits

FACULTÉ/CENTRE

Faculté des lettres et sciences humaines

PARTICULARITÉS

Offert à tous

Cible(s) de formation

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(s)

(ANS300 ou ANS320)

Niveau 4 au test de classement

ANS500 - Anglais avancé II

Sommaire

CYCLE

1er cycle

CRÉDITS

3 crédits

FACULTÉ/CENTRE

Faculté des lettres
et sciences
humaines

PARTICULARITÉS

Offert à tous

Cible(s) de formation

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(s)

(ANS400)

ou

(ANS410)

ou

(ANS420)

ou

(ANS455)

ou

(ANS460)

ou

(ANS461)

Niveau 5 ou 6

COM121 - Stratégies de recherche documentaire

Sommaire

CYCLE

1er cycle

CRÉDITS

3 crédits

FACULTÉ/CENTRE

Faculté des lettres
et sciences
humaines

Cible(s) de formation

Développer une démarche intellectuelle structurée en vue de présenter des travaux qui répondent aux exigences des études universitaires. Être en mesure de repérer l'information pertinente, savoir l'évaluer de façon critique, l'exploiter de manière raisonnée et la présenter.

Contenu

Démarche de réalisation d'un travail de recherche à partir d'une série d'étapes structurées; utilisation des différents outils et services de recherche documentaire; sujets abordés : catalogues de bibliothèques, ouvrages de référence, périodiques, microformes, publications officielles, banques de données, ressources Internet; évaluation de la documentation; rédaction bibliographique.

Équivalente(s)

CRM100

COM122 - Institutions de la communication

Sommaire

CYCLE

1er cycle

CRÉDITS

3 crédits

FACULTÉ/CENTRE

Faculté des lettres
et sciences
humaines

PARTICULARITÉS

Offert à tous

Cible(s) de formation

Acquérir une vue d'ensemble des institutions de la communication. Aborder l'étude des institutions dans leurs aspects historique, économique, politique, social et culturel.

Contenu

Contexte d'émergence des industries de la communication et des industries culturelles au Québec et au Canada : naissance de la presse écrite, développement du système de radiotélévision canadien, essor des télécommunications, réglementation et soutien aux industries culturelles. Enjeux et problématiques qui ont marqué l'évolution du domaine, de la bataille pour la liberté de la presse jusqu'au développement d'Internet et des médias numériques à l'ère de la convergence.

Équivalente(s)

CRM101

COM123 - Norme et analyse

Sommaire

CYCLE

1er cycle

CRÉDITS

3 crédits

FACULTÉ/CENTREFaculté des lettres
et sciences
humaines**PARTICULARITÉS**

Offert à tous

Cible(s) de formation

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.

Équivalente(s)

CRM103

COM124 - Rédaction : style et clarté

Sommaire

CYCLE

1er cycle

Usherbrooke.ca/admission**CRÉDITS**

3 crédits

FACULTÉ/CENTREFaculté des lettres
et sciences
humaines**PARTICULARITÉS**

Offert à tous

Cible(s) de formation

Développer l'habileté à rédiger différents types de textes (argumentatif, descriptif, informatif, ludique, narratif, persuasif, 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 maladresses stylistiques les plus courantes; techniques d'autocorrection; caractéristiques de la rédaction épïcène; lecture d'un roman, qui servira à la réalisation d'un ou de plusieurs travaux.

Équivalente(s)

CRM104

COM125 - Outils informatiques

Sommaire

CYCLE

1er cycle

CRÉDITS

3 crédits

FACULTÉ/CENTREFaculté des lettres
et sciences
humaines**PARTICULARITÉS**

Offert à tous

Cible(s) de formation

Savoir utiliser les fonctions avancées des

principaux logiciels bureautiques. Apprendre à choisir et à utiliser des applications permettant de mener à bien une variété de tâches informatiques, dont la recherche avancée sur les moteurs de recherche, la mise en page de documents, l'organisation de sources bibliographiques, la gestion de mots de passe, l'analyse de données dans un chiffrier et la présentation de travaux multimédias.

Contenu

Apprentissage des fonctions avancées de mise en page de documents, de présentation informatisée et de tableur. Initiation au journalisme de données et prise en main d'applications permettant l'optimisation des communications et de la collaboration. Développement de compétences documentaires en ligne.

COM126 - Médias numériques

Sommaire

CYCLE

1er cycle

CRÉDITS

3 crédits

FACULTÉ/CENTREFaculté des lettres
et sciences
humaines**Cible(s) de formation**

Acquérir des connaissances théoriques en ce qui concerne les principaux médias numériques. Développer des compétences pratiques dans l'utilisation de logiciels d'imagerie matricielle et vectorielle, et de montage audio et vidéo. Savoir intégrer différents médias numériques dans des documents unifiés pouvant avoir une mission complexe dans une variété de situations.

Contenu

Introduction aux médias numériques, survol des praxis et des développements les plus récents. Caractérisation raisonnée des différents formats d'image, de son et de vidéo. Apprentissage de base d'un ensemble de logiciels permettant la manipulation des médias numériques. Application des connaissances et des habiletés dans le cadre de la réalisation de travaux pratiques.

Équivalente(s)

CRM115

COM127 - Planification de la communication

Sommaire

CYCLE

1er cycle

CRÉDITS

3 crédits

FACULTÉ/CENTREFaculté des lettres
et sciences
humaines**Cible(s) de formation**

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 et méthodologiques de réflexion sur la pratique de la communication.

Contenu

Définition des principales étapes de la production communicationnelle (compréhension du mandat initial, identification du destinataire, analyse du contexte, recherche d'information, définition des objectifs et des stratégies, détermination des cibles, choix des langages et des formats, conception, réalisation et évaluation); définition des habiletés et exigences attendues de la personne professionnelle en communication.

Équivalente(s)

CRM102

COM128 - Rédaction technique et promotionnelle

Sommaire

CYCLE

1er cycle

CRÉDITS

3 crédits

FACULTÉ/CENTREFaculté des lettres
et sciences
humaines**Cible(s) de formation**

Connaître les caractères spécifiques du style technique, administratif et promotionnel en milieu de travail; être apte à rédiger, à vulgariser ou encore 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, de la vulgarisation et de la présentation des principaux types de communication technique, administrative et promotionnelle : rapports de tous genres, offres de service et curriculum vitæ, 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, y compris la rédaction Web, en milieu de travail.

Préalable(s)

(COM124 ou CRM104)

Équivalente(s)

CRM144

COM129 - Révision de textes

Sommaire

CYCLE

1er cycle

CRÉDITS

3 crédits

FACULTÉ/CENTREFaculté des lettres
et sciences
humaines**Cible(s) de formation**

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 et grammatical, des conventions liées à la syntaxe, à la ponctuation, au vocabulaire, à la typographie et à la féminisation. Développement du jugement linguistique, à exercer différemment selon l'évaluation du registre de langue, le mandat de révision, le contexte de production, etc. Révision de textes propres à divers discours : journalistiques, spécialisés, humoristiques, et autres, tant pour l'oral que pour l'écrit, incluant le Web. Assimilation, grâce à la pratique, des méthodes et outils essentiels à la révision de textes, comprenant les différents types d'ouvrages de référence et les logiciels de correction.

Préalable(s)

(COM123 ou CRM103)

et

(COM124 ou CRM104)

Équivalente(s)

CRM143

COM130 - Théories de la communication

Sommaire

CYCLE

1er cycle

CRÉDITS

3 crédits

FACULTÉ/CENTREFaculté des lettres
et sciences
humaines**Cible(s) de formation**

Reconnaître les principaux courants théoriques en communication interpersonnelle. Distinguer leurs

dimensions philosophiques et scientifiques. Connaître leurs contextes d'émergence et leurs rôles dans l'évolution de la pensée communicationnelle.

Contenu

Détermination des principales approches théoriques. Mise en contexte historique de leur apparition. Prise en considération de leurs provenances interdisciplinaires. Analyse de leurs fondements épistémologiques et de leurs représentations de la communication dans la société.

Préalable(s)

(COM121 ou CRM100)

Concomitante(s)

GEP116

Équivalente(s)

CRM141

COM131 - Enjeux sociaux du numérique

Sommaire

CYCLE

1er cycle

CRÉDITS

3 crédits

FACULTÉ/CENTRE

Faculté des lettres
et sciences
humaines

Cible(s) de formation

Comprendre et analyser les enjeux socioculturels que posent l'évolution d'Internet et le développement des médias numériques.

Contenu

Analyse des transformations technologiques, économiques, politiques, sociales et culturelles qui accompagnent le passage de la société des médias de masse à la société numérique.

Préalable(s)

(COM130 ou CRM141)

54 crédits en CRM/COM

Crédits en CRM/COM

Avoir obtenu 54.00 crédits

Équivalente(s)

CRM140

COM211 - Grammaire avancée

Sommaire

CYCLE

1er cycle

CRÉDITS

3 crédits

FACULTÉ/CENTRE

Faculté des lettres
et sciences
humaines

PARTICULARITÉS

Offert à tous

Cible(s) de formation

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(s)

(COM123 ou CRM103)

Équivalente(s)

CRM300

COM212 - Stratégies de rédaction

Sommaire

CYCLE

1er cycle

CRÉDITS

3 crédits

FACULTÉ/CENTRE

Faculté des lettres
et sciences
humaines

Cible(s) de formation

Comprendre et maîtriser le processus de production des écrits professionnels dans sa complexité : l'écriture professionnelle vue comme une activité de résolution de problème et de gestion de contraintes.

Contenu

Écrire, une démarche de résolution de problème : planification, mise en texte et révision. Écrire, une activité de gestion de contraintes : linguistiques, textuelles, psycholinguistiques, rhétoriques, pragmatiques.

Préalable(s)

(COM124 ou CRM104)

COM213 - Rédaction créative

Sommaire

CYCLE

1er cycle

CRÉDITS

3 crédits

FACULTÉ/CENTRE

Faculté des lettres
et sciences
humaines

Cible(s) de formation

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 des textes à quatre mains; produire une nouvelle de nature « policière ».

Contenu

Présentation des méthodes (aléatoire, analogique, antithétique, associative, combinatoire, logique) et des techniques de créativité (carte mentale, concassage, matrice de découverte, mot inducteur, etc.). Divers jeux d'écriture. Lecture d'un roman.

Préalable(s)

(COM124 ou CRM104)

Équivalente(s)

CRM223

COM214 - Discours et société

Sommaire

CYCLE

1er cycle

CRÉDITS

3 crédits

FACULTÉ/CENTRE

Faculté des lettres
et sciences
humaines

Cible(s) de formation

Comprendre en quoi les textes et les discours sont constitutifs de la société. Découvrir les caractéristiques des discours dominants dans nos sociétés modernes. Développer le sens de la catégorisation et de la critique des textes et des discours.

Contenu

Repères historiques et anthropologiques sur la place et la circulation des textes et des discours dans les sociétés. Typologies et caractéristiques discursives : discours savant et vulgarisation,

discours managérial, discours expert, discours publicitaire, discours journalistique. Problématiques de recherches liées aux communications professionnelles : enjeux sociopolitiques des discours dominants; paradigme de l'efficacité communicationnelle; transformations des textes et discours professionnels.

COM241 - Gestion de contenu Web

Sommaire

CYCLE

1er cycle

CRÉDITS

3 crédits

FACULTÉ/CENTRE

Faculté des lettres
et sciences
humaines

Cible(s) de formation

S'initier aux différentes étapes de la réalisation de sites Web dynamiques; acquérir les connaissances et habiletés nécessaires pour établir un nom de domaine, gérer un serveur Web, installer un gestionnaire de contenu, réaliser et actualiser un site Web dynamique.

Contenu

Détermination des infrastructures logicielles et matérielles permettant le déploiement d'un site Web. Apprentissage d'un système de gestion de contenu par l'élaboration d'un site Web complet, sa mise en service et son alimentation en contenu. Familiarisation avec les services d'hébergement, de bureau d'enregistrement et de serveur de noms de domaine. Évaluation de l'expérience de l'utilisateur et analyse de fréquentation. Nombreuses réalisations en laboratoire.

Préalable(s)

(COM126 ou CRM115)

Équivalente(s)

CRM145

COM242 - Relations publiques

Sommaire

CYCLE

1er cycle

CRÉDITS

3 crédits

FACULTÉ/CENTRE

Faculté des lettres
et sciences
humaines

Cible(s) de formation

Considérer les relations publiques dans le processus global de la communication; connaître les principes, normes et facteurs qui caractérisent la fonction des relations publiques. Comprendre le rôle et les impacts des médias sociaux numériques dans la mise en place d'une stratégie de relations publiques sur la réputation et l'image d'une organisation, d'un groupe ou d'un individu.

Contenu

Historique, principes, pratiques, rôle et fonction des relations publiques et numériques. Analyse de programmes et de plans de communication. Analyse et préparation de différents matériels utilisés dans les campagnes de relations publiques. Intégration des médias sociaux numériques aux campagnes de relations publiques.

Équivalente(s)

CRM280

COM243 - Communication interne

Sommaire

CYCLE

1er cycle

CRÉDITS

3 crédits

FACULTÉ/CENTRE

Faculté des lettres

et sciences
humaines

Cible(s) de formation

Comprendre les modes de circulation de la communication dans une organisation. Analyser les problématiques et défis communicationnels internes. Reconnaître les différents acteurs intervenant dans la dynamique de communication interne d'une organisation. Planifier et mettre en œuvre des interventions de communication interne.

Contenu

Audit et analyse des enjeux de communication interne. Repérage et évaluation des réseaux et modes de communication interne. Détermination des besoins, des clientèles et des variables communicationnelles. Usages, outils et diffusion de la communication interne. Planification et évaluation des interventions de communication interne.

COM244 - Communication visuelle

Sommaire

CYCLE

1er cycle

CRÉDITS

3 crédits

FACULTÉ/CENTRE

Faculté des lettres
et sciences
humaines

Cible(s) de formation

S'initier aux pratiques de l'image 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 applicables à la production et à la réception des messages visuels.

Contenu

Définition et spécificité de l'image comme mode

Usherbrooke.ca/admission

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.

Équivalente(s)

CRM201

COM245 - Impacts des médias

Sommaire

CYCLE

1er cycle

CRÉDITS

3 crédits

FACULTÉ/CENTRE

Faculté des lettres
et sciences
humaines

Cible(s) de formation

S'initier aux principales théories qui cherchent à rendre compte de l'impact et de l'influence des médias.

Contenu

Panorama des grandes approches théoriques qui ont marqué le domaine de la recherche en communication de masse. Évolution des modèles et des cadres d'analyse en fonction de l'intégration, de l'utilisation et de l'appropriation des technologies émergentes en communication par les individus.

Préalable(s)

(COM130 ou CRM141)

Équivalente(s)

CRM326

COM262 - Rhétorique et

argumentation

Sommaire

CYCLE

1er cycle

CRÉDITS

3 crédits

FACULTÉ/CENTRE

Faculté des lettres
et sciences
humaines

PARTICULARITÉS

Offert à tous

Cible(s) de formation

Enrichir ses connaissances théoriques, analytiques et pratiques concernant les fonctionnements et usages de l'argumentation et de la persuasion. Développer ses habiletés rhétoriques, argumentatives et critiques en vertu de ces connaissances.

Contenu

Repères théoriques en rhétorique classique et nouvelle, stylistique, analyse de discours, anthropologie discursive et logique. Constituants sociodiscursifs des processus de persuasion à l'œuvre dans la communication : ethos et pathos, évidences, lieux communs et éléments doxiques convoqués. Logiques des raisonnements. Analyse dans divers genres de discours authentiques (éloge funèbre, chronique, allocution politique, discours promotionnels et de sensibilisation...) mono- ou pluri-sémiotiques (texte, vidéo, caricature...).

Équivalente(s)

CRM224

COM263 - Analytique Web

Sommaire

CYCLE

1er cycle

CRÉDITS

3 crédits

FACULTÉ/CENTRE

Faculté des lettres
et sciences
humaines

Cible(s) de formation

Acquérir les connaissances nécessaires à l'évaluation des performances d'une stratégie de communication. Apprendre à choisir et à utiliser des outils permettant de mesurer l'efficacité de tactiques de communication. Apprendre à analyser les données de trafic web et des informations circulant sur les réseaux sociaux. Développer les compétences nécessaires à la visualisation et à la réalisation de tableaux de bord à partir de données multiplateformes.

Contenu

Introduction aux méthodes et aux outils nécessaires à la collecte d'informations relatives au trafic web et aux échanges sur les réseaux sociaux. Apprentissage d'applications permettant l'analyse et la visualisation de ces informations. Études de cas et applications concrètes des apprentissages à des stratégies de communication numériques sur le terrain.

Préalable(s)

COM125

COM281 - Introduction à la publicité

Sommaire

CYCLE

1er cycle

CRÉDITS

3 crédits

FACULTÉ/CENTRE

Faculté des lettres
et sciences
humaines

Cible(s) de formation

Comprendre la place de la publicité dans une stratégie de communication marketing intégrée. Acquérir et mettre en pratique les bases

USherbrooke.ca/admission

théoriques de la publicité dans une perspective de création. Poser un regard critique sur la création publicitaire dans ses dimensions organisationnelles et sociales.

Contenu

Principes de base de la communication marketing et des composantes stratégiques (analyse, cible, objectifs, stratégie, tactique, médias et résultats). Typologie des créations publicitaires. Méthodes de création. Histoire et courants de pensée en création publicitaire.

Équivalente(s)

CRM282

COM282 - Gestion des médias publicitaires

Sommaire

CYCLE

1er cycle

CRÉDITS

3 crédits

FACULTÉ/CENTRE

Faculté des lettres
et sciences
humaines

Cible(s) de formation

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, groupes et fournisseurs médias. Nouvelles technologies médiatiques. Principes de la planification média (objectifs médias, cible, marché, périodicité, budget) et de son efficacité (portée, fréquence). Bases de données (Numéris, comScores, PMB, Nadbank, Nielsen). Mesures de l'efficacité média.

Équivalente(s)

CRM286

COM283 - Projet en communication

Sommaire

CYCLE

1er cycle

CRÉDITS

3 crédits

FACULTÉ/CENTRE

Faculté des lettres
et sciences
humaines

Cible(s) de formation

Intégrer les connaissances en communication appliquée. Développer une pensée stratégique originale et professionnelle en communication. Gérer un projet relié au domaine de la pratique professionnelle en communication. Se familiariser avec différentes pratiques nationales et internationales en communication.

Contenu

Mission, mandat, audit, recherche d'informations, analyse stratégique, rapport professionnel, recommandations, gestion de mandat. Industrie des communications. Communication intégrée. Pratique professionnelle. Pratiques d'excellence nationales et internationales.

Préalable(s)

dans le baccalauréat en communication, rédaction et multimédia ou en communication appliquée.

Avoir obtenu 54.00 crédits

COM341 - Communication orale

Sommaire

CYCLE

1er cycle

CRÉDITS

3 crédits

FACULTÉ/CENTRE

Faculté des lettres
et sciences
humaines

Cible(s) de formation

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; présence et attitude corporelles, éléments verbaux et non verbaux. Théories et exercices touchant la présentation de soi, l'entrevue, la sollicitation, la présentation d'un projet devant public (groupe restreint ou grand groupe), avec ou sans accompagnement visuel.

Équivalente(s)

CRM205

COM342 - Discours de presse

Sommaire

CYCLE

1er cycle

CRÉDITS

3 crédits

FACULTÉ/CENTRE

Faculté des lettres
et sciences
humaines

Cible(s) de formation

Distinguer les caractéristiques du discours et de l'écriture en tant que composantes de l'information journalistique; analyser le traitement de la nouvelle et de l'information; repérer les particularités du contenu de la presse écrite et

USherbrooke.ca/admission

leur rapport avec la réalité sociale.

Contenu

Analyse des divers genres journalistiques, tels qu'ils sont présentés dans les livraisons courantes des quotidiens et des périodiques. Présentation des concepts majeurs de l'activité journalistique (information, opinion, objectivité, désinformation, intérêt public, etc.). Présentation des spécificités et de l'évolution historique de la presse écrite. Étude du traitement journalistique d'événements particuliers (crises, débats publics, désastres lents, événements politiques, etc.). Réalisation d'un travail d'analyse de discours de presse à l'aide d'outils méthodologiques adaptés.

Préalable(s)

(COM124 ou CRM104)

Équivalente(s)

CRM263

COM343 - Méthodes qualitatives de recherche

Sommaire

CYCLE

1er cycle

CRÉDITS

3 crédits

FACULTÉ/CENTRE

Faculté des lettres
et sciences
humaines

Cible(s) de formation

S'initier aux principales méthodes de recherche de façon à pouvoir choisir la plus appropriée au regard de besoins en information. Acquérir les connaissances théoriques et pratiques nécessaires à la réalisation d'une recherche qualitative ou quantitative (au sens large). Développer les savoir-faire dans le cadre de la réalisation de travaux pratiques.

Contenu

Introduction à l'éthique de la recherche et aux 12 étapes de la recherche empirique. Caractérisation des principales méthodes et inventaire de leurs

capacités et limites respectives. Apprentissage des principes de la sélection d'une méthode et développement d'habiletés dans la construction d'instruments de mesure performants, notamment pour l'observation directe, l'analyse de contenu et l'entrevue focalisée. Mise en œuvre de ces savoirs dans des réalisations concrètes couvrant l'ensemble du processus.

Préalable(s)

(COM121 ou CRM100 ou GEP116 ou GEP113)

Équivalente(s)

CRM320

COM344 - Enquêtes et sondages

Sommaire

CYCLE

1er cycle

CRÉDITS

3 crédits

FACULTÉ/CENTRE

Faculté des lettres
et sciences
humaines

Cible(s) de formation

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 : détermination 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 (incluant en ligne); analyse informatisée des données; rapport.

Équivalente(s)

CRM321

COM345 - Analyse des contenus médiatiques

Sommaire

CYCLE

1er cycle

CRÉDITS

3 crédits

FACULTÉ/CENTREFaculté des lettres
et sciences
humaines**Cible(s) de formation**

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.

Préalable(s)

(COM130 ou CRM141)

Équivalente(s)

CRM331

COM346 - Langages de communication

USherbrooke.ca/admission

Sommaire

CYCLE

1er cycle

CRÉDITS

3 crédits

FACULTÉ/CENTREFaculté des lettres
et sciences
humaines**Cible(s) de formation**

Acquérir une culture générale, en communication, des principaux dispositifs langagiers, de leurs diversités et de leurs implications culturelles et sociales.

Contenu

Présentation des différents registres langagiers non linguistiques comme modes de représentation, de médiation et de communication; étude des interrelations (intégrations et impacts) des composantes historiques, technologiques, culturelles et sociales; analyse des dimensions symboliques de l'objet (appropriation et usages). Approches conceptuelles et études de cas.

Préalable(s)

(COM130 ou CRM141)

54 crédits en CRM/COM

Crédits en CRM/COM

Avoir obtenu 54.00 crédits

Équivalente(s)

CRM121

COM347 - Analyse du discours

Sommaire

CYCLE

1er cycle

CRÉDITS

3 crédits

FACULTÉ/CENTREFaculté des lettres
et sciences

humaines

PARTICULARITÉS

Offert à tous

Cible(s) de formation

Étudier la matérialité discursive de textes et énoncés médiatisés en tenant compte des dispositifs et contextes particuliers de leur production-réception. Découvrir les principes et concepts majeurs de l'analyse du discours (AD). S'approprier une démarche analytique outillée de l'AD. Investir ces connaissances théoriques et pratiques dans l'observation critique de discours authentiques.

Contenu

Repères distinctifs et rapports entre textes, discours et genres (intertextualité et interdiscursivité). Relations établies entre les instances de production et de réception qui construisent le sens (planification interlocutive, activités inférentielles). Rapports entre énonciateur et discours (planification énonciative, subjectivité, distance ou prise en charge, polyphonie et responsabilité énonciative). Discours sur le sens (métadiscours et non-coïncidence du dire). Circulation, reprise et transformation d'énoncés (formule, mémoire discursive).

Équivalente(s)

CRM226

COM348 - Programme de lecture

Sommaire

CYCLE

1er cycle

CRÉDITS

3 crédits

FACULTÉ/CENTREFaculté des lettres
et sciences
humaines

Cible(s) de formation

S'initier aux différentes perspectives de la communication sous tous ses aspects (médiatique, interpersonnel, organisationnel, etc.); favoriser une approche critique; développer une pragmatique dans l'art de lire avec profit.

Contenu

Choix de lectures dans les différents domaines de la communication.

Préalable(s)

dans le baccalauréat en communication, rédaction et multimédia ou en communication appliquée.

Avoir obtenu 42.00 crédits

Équivalente(s)

CRM340

COM361 - Rédaction de scénarios

Sommaire

CYCLE

1er cycle

CRÉDITS

3 crédits

FACULTÉ/CENTRE

Faculté des lettres et sciences humaines

Cible(s) de formation

Apprendre à construire des scénarios de fiction de type court; 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(s)

(COM124 ou CRM104)

Équivalente(s)

CRM204

COM362 - Pratiques journalistiques

Sommaire

CYCLE

1er cycle

CRÉDITS

3 crédits

FACULTÉ/CENTRE

Faculté des lettres et sciences humaines

Cible(s) de formation

Acquérir la maîtrise des techniques de base de l'écriture journalistique; distinguer les genres journalistiques et les styles correspondants; s'initier à la terminologie de l'activité journalistique; distinguer les responsabilités et les fonctions inhérentes aux différents métiers du journalisme.

Contenu

Théorie de l'écriture journalistique. Différents genres journalistiques : nouvelle, reportage, compte rendu, critique, chronique, article d'opinion. Codes typographiques et lexique de la presse. Exercices et travaux pratiques.

Préalable(s)

(COM124 ou CRM104)

Équivalente(s)

CRM260

COM363 - Vulgarisation

scientifique

Sommaire

CYCLE

1er cycle

CRÉDITS

3 crédits

FACULTÉ/CENTRE

Faculté des lettres et sciences humaines

Cible(s) de formation

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, etc.) et les publics ciblés (enfants, adultes, groupes sociaux, etc.). Étude critique et rédaction d'articles.

Préalable(s)

(COM124 ou CRM104)

Équivalente(s)

CRM264

COM364 - Critique culturelle

Sommaire

CYCLE

1er cycle

CRÉDITS

3 crédits

FACULTÉ/CENTRE

Faculté des lettres
et sciences
humaines

Cible(s) de formation

S'initier à la critique journalistique d'activités culturelles (cinéma, musique, théâtre, etc.); développer, en tant que spectateur ou spectatrice, un regard plus averti.

Contenu

Analyse des critères propres à la critique culturelle. Étude des langages spécifiques de diverses formes de production culturelle (costumes, décors, éclairage, mise en scène, etc.). Rédaction de critiques.

Préalable(s)

(COM124 ou CRM104)

Équivalente(s)

CRM265

COM365 - Création et rédaction publicitaires

Sommaire

CYCLE

1er cycle

CRÉDITS

3 crédits

FACULTÉ/CENTRE

Faculté des lettres
et sciences
humaines

Cible(s) de formation

Acquérir les principes de la création publicitaire efficace dans ses aspects conceptuels et rédactionnels. Produire des textes publicitaires pour différents médias dans les conditions prévalant sur le marché. Comprendre les contraintes inhérentes à la conception-rédaction publicitaire dans les médias de masse et numériques. Développer des méthodes d'autoévaluation et de travail tenant compte de

ces contraintes.

Contenu

Composantes argumentatives, pragmatiques et stylistiques de la rédaction publicitaire. Contraintes de la conception-rédaction publicitaire dans les médias de masse et numériques. Grilles d'évaluation de la création publicitaire.

Préalable(s)

(COM281 ou CRM282 ou MAR221)

Équivalente(s)

CRM283

COM366 - Anglicismes au Québec

Sommaire

CYCLE

1er cycle

CRÉDITS

3 crédits

FACULTÉ/CENTRE

Faculté des lettres
et sciences
humaines

Cible(s) de formation

Approfondir sa connaissance du phénomène de l'emprunt, notamment des anglicismes en français québécois, et développer une démarche raisonnée à leur égard.

Contenu

Situation du phénomène des anglicismes dans celui plus large de l'emprunt. Description des circonstances historiques entourant la pénétration des anglicismes en français (en France et au Québec). Impact de la variation linguistique sur la perception ou la recevabilité des anglicismes. Repérage d'anglicismes classés par types (lexicaux, sémantiques, syntaxiques, etc.). Apprentissage des équivalents en français standard des anglicismes qui sont critiqués. Analyse de quelques ouvrages de référence disponibles sur les anglicismes.

Équivalente(s)

CRM122

COM367 - Révision et réécriture

Sommaire

CYCLE

1er cycle

CRÉDITS

3 crédits

FACULTÉ/CENTRE

Faculté des lettres
et sciences
humaines

Cible(s) de formation

Perfectionner les connaissances acquises en révision de textes; développer les habiletés exigées par la réécriture de textes défectueux appartenant à divers types de discours.

Contenu

Développement d'une méthode de travail permettant de répondre rapidement à tout mandat de révision et de réécriture. Diagnostic sur la planification, la mise en texte et la révision de textes déjà produits, non adaptés sur plusieurs plans (genre textuel, but visé, public ciblé, support choisi - numérique ou papier -, qualité de la langue, etc.). Recherches bibliographiques sur divers éléments faisant défaut dans un texte à réécrire. Nombreux ateliers de réécriture.

Préalable(s)

(COM129 ou CRM143)

Équivalente(s)

CRM222

COM381 - Communication organisationnelle

Sommaire

CYCLE

1er cycle

CRÉDITS

3 crédits

FACULTÉ/CENTRE

Faculté des lettres
et sciences
humaines

Cible(s) de formation

S'initier aux principales théories de l'organisation (fondements, caractéristiques et articulation). Savoir distinguer, sélectionner de façon critique et appliquer différents modèles et méthodes d'analyse dans une perspective d'intervention dans l'organisation. Comprendre les différents états et conditions d'émergence des organisations.

Contenu

Caractérisation des grandes approches théoriques de l'organisation et de différentes écoles de pensée en communication organisationnelle. Typologie de différents modèles et méthodes d'analyse. Application des acquis théoriques à des cas pratiques.

Équivalente(s)

CRM284

COM382 - Communication interpersonnelle

Sommaire

CYCLE

1er cycle

CRÉDITS

3 crédits

FACULTÉ/CENTRE

Faculté des lettres
et sciences
humaines

Cible(s) de formation

Comprendre les différentes approches de la communication interpersonnelle; accentuer la

Usherbrooke.ca/admission

conscience de soi dans un contexte relationnel; être en mesure de reconnaître les déterminants d'une communication dyadique efficace; développer les habiletés à interagir en groupe restreint; savoir déceler les malentendus et les tromperies.

Contenu

Étude de quelques approches théoriques; analyse des déterminismes personnels (émotion, valeurs, personnalité, motivation) et situationnels (milieu physique, rôles, culture, événements); pratique de l'approche conversationnelle et de différents types d'entrevues; entraînement à la détection de mensonge et de manipulation.

Équivalente(s)

CRM285

COM383 - Communication et gestion événementielle

Sommaire

CYCLE

1er cycle

CRÉDITS

3 crédits

FACULTÉ/CENTRE

Faculté des lettres
et sciences
humaines

Cible(s) de formation

Comprendre l'importance de la communication événementielle dans une perspective de planification de la communication. Appliquer à la gestion d'événements les connaissances associées aux relations publiques. Concevoir et gérer un projet de communication événementielle. Mobiliser les outils nécessaires à la promotion et à l'évaluation d'un événement.

Contenu

Plan de communication événementielle, au regard des enjeux et objectifs organisationnels et de sa mise en œuvre (lancement, salon, festival, congrès, gala, etc.). Gestion de projet (offre de service, échéancier, budget, devis, fournisseurs, etc.). Gestion des communications sémio-numériques événementielles. Outils

d'évaluation.

COM601 - Cours tutorial

Sommaire

CYCLE

1er cycle

CRÉDITS

3 crédits

FACULTÉ/CENTRE

Faculté des lettres
et sciences
humaines

Cible(s) de formation

Réaliser une activité pédagogique individualisée, supervisée par une professeure ou un professeur, sur une thématique spécifique qui n'est pas normalement abordée dans le cadre des activités pédagogiques régulières.

Équivalente(s)

CRM600

COM602 - Microstage

Sommaire

CYCLE

1er cycle

CRÉDITS

3 crédits

FACULTÉ/CENTRE

Faculté des lettres
et sciences
humaines

Cible(s) de formation

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.

Préalable(s)

dans le baccalauréat en communication, rédaction et multimédia ou en communication appliquée et une moyenne cumulative d'au moins 2,5/4,3.

Les crédits doivent avoir été obtenu dans le baccalauréat en communication, rédaction et multimédia ou en communication appliquée et une moyenne cumulative d'au moins 2,5/4,3.

Avoir obtenu 42.00 crédits

Équivalente(s)

CRM604

budget et suivi budgétaire ainsi que tableau de bord.

FEC301 - Gestion financière et communication marketing

Sommaire

CYCLE

1er cycle

CRÉDITS

3 crédits

FACULTÉ/CENTRE

École de gestion

Cible(s) de formation

Apprécier le concept de la valeur de l'argent dans le temps et l'appliquer adéquatement à toute décision financière. Conduire une analyse financière complète de la décision d'investissement en entreprise dans un contexte canadien. Apprécier l'impact de cette décision sur l'information financière destinée aux utilisateurs externes des états financiers. Finalement, évaluer les conséquences financières des modifications proposées aux politiques de crédit et de stockage de l'entreprise.

Contenu

Le rôle de la gestion financière dans toute décision en entreprise. L'objectif de l'entreprise et l'intérêt des parties prenantes à l'organisation. Le rôle du facteur d'intérêt dans la prise de décision. La décision d'investissement analysée dans le contexte canadien. Évaluation de l'impact financier des décisions marketing portant sur les politiques de crédit et de stockage. Application de l'analyse financière de projets à des études de cas pratiques impliquant de près la discipline marketing. Relation de l'entreprise avec les investisseurs. Impact d'un projet sur l'information financière publiée par l'entreprise.

Équivalente(s)

FEC222

GRH121 - Gestion des ressources humaines

Sommaire

CYCLE

1er cycle

CRÉDITS

3 crédits

FACULTÉ/CENTRE

École de gestion

PARTICULARITÉS

Offert à tous

Cible(s) de formation

Comprendre comment les politiques, programmes et pratiques de GRH utilisés pour attirer, retenir, motiver et développer la main-d'œuvre peuvent contribuer à l'atteinte des objectifs organisationnels, tout en favorisant la qualité de vie au travail, et ce, dans le respect des lois, de la déontologie professionnelle et de l'éthique.

Contenu

Relations de travail. Dotation. Développement des compétences. Rémunération globale. Développement organisationnel. Santé, sécurité et mieux-être au travail.

Équivalente(s)

(GRH129)

et

(GRH221)

et

(GRH229)

CTB302 - Information comptable

Sommaire

CYCLE

1er cycle

CRÉDITS

3 crédits

FACULTÉ/CENTRE

École de gestion

Cible(s) de formation

Se familiariser avec l'information comptable financière et de gestion utile dans toutes décisions d'affaires; comprendre le processus de collecte d'informations à partir des activités économiques d'une entreprise et la présentation de celles-ci dans ses états financiers; s'initier au suivi des flux de trésorerie et à l'interprétation des résultats financiers; acquérir les connaissances et habiletés pour utiliser les revenus et les coûts pertinents en prise de décision; s'initier à la gestion budgétaire et aux indicateurs d'évaluation de la performance.

Contenu

Référentiels comptables, équation comptable, revenus et recettes, charges et déboursés, état de la situation financière, état de la variation des capitaux propres, état du résultat global, tableau des flux de trésorerie ainsi qu'analyse et interprétation des états financiers. Notions de coûts, seuil de rentabilité, marge de sécurité, information comptable et prise de décision,

LCR100 - Langue, culture et société

Sommaire

CYCLE

1er cycle

CRÉDITS

3 crédits

FACULTÉ/CENTRE

Faculté des lettres
et sciences
humaines

PARTICULARITÉS

Offert à tous

Cible(s) de formation

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 socio-stylistique; normes et usages; oral et écrit. Valeurs sociales et culturelles de la langue.

Équivalente(s)

LIN100

MAR221 - Marketing

Sommaire

CYCLE

1er cycle

CRÉDITS

3 crédits

FACULTÉ/CENTRE

École de gestion

PARTICULARITÉS

Offert à tous

Cible(s) de formation

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.

Équivalente(s)

(MAR1003)

ou

(MAR103)

MAR301 - Gestion de mandat en communication et marketing

Sommaire

CYCLE

1er cycle

CRÉDITS

3 crédits

FACULTÉ/CENTRE

École de gestion

Cible(s) de formation

S'initier aux principaux concepts de la gestion de mandat en communication et marketing et à la démarche qui y est rattachée.

Contenu

Notion de mandat. Caractéristiques d'un mandat en communication et marketing. Étapes et processus associés à l'élaboration et à la mise en place d'un mandat en communication et marketing. Définition du besoin. Définition du concept. Identification des options. Études de préfaisabilité. Choix du concept. Analyse des risques. Identification des stratégies de réalisation et implantation.

Préalable(s)

(MAR221 ou MAR229)

MAR331 - Comportement du consommateur

Sommaire

CYCLE

1er cycle

CRÉDITS

3 crédits

FACULTÉ/CENTRE

École de gestion

Cible(s) de formation

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(s)

(MAR221 ou MAR229)

Équivalente(s)

MAR2303

MAR342 - Recherche en marketing I

Sommaire

CYCLE

1er cycle

CRÉDITS

3 crédits

FACULTÉ/CENTRE

École de gestion

Cible(s) de formation

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 recueil de l'information, l'échantillonnage; le recueil de l'information, l'analyse des données; la rédaction du rapport de recherche.

Préalable(s)

(MAR221 ou MAR229)

et

(MQG222 ou MQG229 ou MQG301)

Équivalente(s)

MAR3403

MAR667 - Stratégie de marketing

Sommaire

CYCLE

1er cycle

CRÉDITS

3 crédits

FACULTÉ/CENTRE

École de gestion

Cible(s) de formation

Intégrer les connaissances acquises en marketing dans un plan d'action commercial.

Usherbrooke.ca/admission

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, repérage 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.

Préalable(s)

Avoir obtenu 66.00 crédits

MQG301 - Méthodes quantitatives en communication marketing

Sommaire

CYCLE

1er cycle

CRÉDITS

3 crédits

FACULTÉ/CENTRE

École de gestion

Cible(s) de formation

Approfondir ses connaissances de base en méthodes quantitatives; se familiariser avec le traitement et l'analyse statistiques des données; utiliser un micro-ordinateur dans ce domaine.

Contenu

Manipulation de concepts mathématiques dans la résolution de problèmes reliés au domaine de la communication marketing. 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 de tableaux de contingence.

TRA110 - Initiation à la traduction

Sommaire

CYCLE

1er cycle

CRÉDITS

3 crédits

FACULTÉ/CENTRE

Faculté des lettres et sciences humaines

Cible(s) de formation

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).

Préalable(s)

Sous réserve d'avoir un niveau avancé en anglais

Équivalente(s)

TRA505

TRA133 - Stylistique comparée, français-anglais

Sommaire

CYCLE

1er cycle

CRÉDITS

3 crédits

FACULTÉ/CENTRE

Faculté des lettres et sciences humaines

Cible(s) de formation

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.

Équivalente(s)

TRA130