

FACULTÉ DES LETTRES ET SCIENCES HUMAINES

Microprogramme de 2e cycle en communication et multimédia

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 15 avril 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

2e cycle

CRÉDITS

15 crédits

TRIMESTRE(S) D'ADMISSION

Automne, Hiver, Été

RÉGIME DES ÉTUDES

Régulier

RÉGIME D'INSCRIPTION

Temps partiel

LIEU

Campus de Longueuil

RENSEIGNEMENTS

819 821-8000, poste 62277

819 821-7285 (télécopieur)

dep-com@USherbrooke.ca

Objectif(s)

Permettre à l'étudiante ou à l'étudiant :

- d'acquérir le savoir et le savoir-faire nécessaires à la gestion des activités professionnelles dans ce domaine;
- de développer une spécialisation dans ce domaine.

STRUCTURE DU PROGRAMME

Activité pédagogique obligatoire (3 crédits)

COM850	Analyse stratégique en communication (3 crédits)
---------------	--

Activités pédagogiques à option (12 crédits)

Choisies parmi les activités pédagogiques suivantes:

COM809	Enjeux des technologies émergentes (3 crédits)
COM824	Planification en médias numériques (3 crédits)
COM830	Gestion de projets en communication numérique (3 crédits)
COM834	Expérience utilisateur et ergonomie des interfaces (3 crédits)
COM836	Gestion de l'information numérique (3 crédits)
COM838	Stratégies de communication numérique (3 crédits)
COM846	Rédaction interactive et médias socionumériques (3 crédits)
CRM831	Optimisation des outils de la technologie Internet (3 crédits)
CRM832	Outils numériques avancés (3 crédits)
CRM835	Intervention en multimédia (3 crédits)
CRM837	Anthropologie et comportements numériques (3 crédits)

ADMISSION ET EXIGENCES

Lieux de formation et trimestres d'admission

Longueuil : admission aux trimestres d'automne, d'hiver et d'été

Condition(s) générale(s)

Détenir un grade de 1^{er} cycle en communication ou dans un domaine s'y rattachant.

ou

Détenir un grade de 1^{er} cycle dans une autre discipline et démontrer une expérience professionnelle d'au moins 5 ans dans une activité se rattachant à la gestion et la planification de la communication.

Condition(s) particulière(s)

Avoir obtenu une moyenne cumulative d'au moins 2,7 dans un système où la note maximale est de 4,3 ou avoir obtenu des résultats scolaires jugés équivalents.

La candidate ou le candidat non francophone devra se soumettre à un test de français langue seconde permettant de mesurer son niveau de compétence à l'écrit comme à l'oral. Pour que cette personne soit admise, elle devra avoir atteint le niveau FLS/FRE 103 Français avancé pour non-francophones.

L'étudiante ou l'étudiant doit être en mesure de lire des textes en anglais.

Document(s) requis pour l'admission

Pour la personne détentrice d'un grade de 1^{er} cycle en communication ou dans un domaine s'y rattachant :

- Tous les relevés de notes universitaires et diplômes

Pour la personne détentrice d'un grade de 1^{er} cycle dans une autre discipline :

- Tous les relevés de notes universitaires et diplômes
- Deux lettres de recommandation selon le [formulaire lettre de recommandation](#)

- Aucune lettre de recommandation requise pour les étudiantes et étudiants de l'Université de Sherbrooke qui ont complété au moins un cours en communication
- Une lettre de motivation
- Un curriculum vitae démontrant une expérience minimale de 5 ans en communication

Régimes des études et d'inscription

Régime régulier à temps partiel

POURQUOI CE PROGRAMME

Ce qui distingue ce programme

Ce programme vous permettra de développer des spécialisations dans plusieurs domaines du multimédia : information numérique, nouvelles plateformes de diffusion, interactivité, ergonomie, lisibilité et convivialité dans l'univers multimédia, optimisation des outils de la technologie Internet et pratique avancée en multimédia. Une approche pédagogique qui s'appuie à la fois sur des exposés magistraux, des études de cas, des travaux pratiques et des expérimentations en milieu réel.

Public cible

Les professionnelles et professionnels de l'industrie de la communication qui souhaitent approfondir leurs connaissances dans des disciplines précises de la communication, consolider leur pensée stratégique et maîtriser les outils les plus actuels.

Forces du programme

- Offert exclusivement au Campus de Longueuil, la plupart des cours sont donnés les soirs de semaine et les fins de semaine. Admission aux trimestres d'automne, d'hiver et d'été;
 - Vous confronterez vos connaissances avec celles de spécialistes chevronnés, reconnus dans leur discipline;
 - Encadrement pédagogique personnalisé, qui favorise l'apprentissage en continu.
- ## Environnement d'études
- Des programmes uniques au Québec;
 - Le département des lettres et communications a mis sur pied des programmes différents, articulés autour des pratiques les plus actuelles du milieu et donnant des outils tangibles;
 - Un accès privilégié à des spécialistes reconnus dans leur domaine. Des personnes que vous pourrez joindre facilement et qui prendront le temps nécessaire pour répondre à vos questions;
 - L'Université de Sherbrooke est reconnue pour l'attention qu'elle accorde à la réussite: la grande disponibilité des spécialistes, les séminaires offerts en petits groupes, le travail de collaboration multidisciplinaire, la flexibilité des horaires, les contrats d'assistantat de recherche, le perfectionnement d'une langue seconde, etc.
- Savant mélange de connaissances scientifiques et de praxis professionnelle;

INDEX DES ACTIVITÉS PÉDAGOGIQUES

COM809 - Enjeux des technologies émergentes

Sommaire

CYCLE

2e cycle

CRÉDITS

3 crédits

DURÉE

1 trimestre

FACULTÉ/CENTRE

Faculté des lettres
et sciences
humaines

Cible(s) de formation

Développer une compréhension globale des enjeux associés aux technologies émergentes et aux environnements médiatiques en mutation. Savoir évaluer et utiliser les nouvelles plateformes numériques de diffusion dans les stratégies de communication.

Contenu

Optimisation des différents modes individuels et collectifs de représentation, d'usage et d'appropriation des médias numériques. Gestion des enjeux associés aux nouvelles plateformes de diffusion et technologies (Internet, réseau sociaux, applications, réalité virtuelle, intelligence artificielle, etc.).

Équivalente(s)

CRM809

COM824 - Planification en médias numériques

USherbrooke.ca/admission

Sommaire

CYCLE

2e cycle

CRÉDITS

3 crédits

DURÉE

1 trimestre

FACULTÉ/CENTRE

Faculté des lettres
et sciences
humaines

Cible(s) de formation

Comprendre l'importance des médias numériques dans la planification média. Développer une connaissance globale de l'offre en médias numériques et de leur efficacité. Développer une stratégie média dans un environnement numérique. Exploiter l'interaction entre les médias traditionnels et les nouveaux médias. Mesurer l'efficacité dans un environnement médiatique numérique.

Contenu

Inventaire des médias numériques. Terminologie de la planification médiatique en contexte numérique. Impact des médias numériques sur les stratégies de communication. Synergie entre médias numériques et médias traditionnels. Audit, mesure et analyse de l'efficacité.

Équivalente(s)

CRM824

COM830 - Gestion de projets en communication numérique

Sommaire

CYCLE

2e cycle

CRÉDITS

3 crédits

DURÉE

1 trimestre

FACULTÉ/CENTRE

Faculté des lettres
et sciences
humaines

Cible(s) de formation

Connaître les différentes étapes et composantes du processus de gestion de projet appliquée aux médias numériques. Élaborer des objectifs et stratégies de médiation en tenant compte des ressources et clientèles visées. Connaître les nouvelles normes d'accessibilité.

Contenu

Caractérisation de la clientèle visée, budgets, reconnaissance des composantes inhérentes à la gestion de projet par type d'activité (infographie, sélection/rédaction, élaboration du site), échancier, structuration de l'information, normes d'accessibilité, cahier des charges, cheminement critique et devis.

Équivalente(s)

CRM830

COM834 - Expérience utilisateur et ergonomie des interfaces

Sommaire

CYCLE

2e cycle

CRÉDITS

3 crédits

DURÉE

1 trimestre

FACULTÉ/CENTRE

Faculté des lettres
et sciences

humaines

Cible(s) de formation

Comprendre l'ergonomie cognitive fonctionnelle et son utilisation dans des productions numériques. Connaître les différentes composantes du processus cognitif pour les intégrer dans une approche de conception créative. Appliquer les connaissances théoriques et méthodologiques en ergonomie des interfaces au développement d'un projet numérique.

Contenu

Ergonomie cognitive, conception créative, recherche utilisateur, persona, évaluation experte, tests utilisateurs, accessibilité numérique, prototypage d'interface, soutenance de projet.

Équivalente(s)

CRM834

COM836 - Gestion de l'information numérique

Sommaire

CYCLE

2e cycle

CRÉDITS

3 crédits

DURÉE

1 trimestre

FACULTÉ/CENTRE

Faculté des lettres et sciences humaines

Cible(s) de formation

Apprendre à faire collaborer les plateformes, logiciels et applications hétérogènes dans le but de faire circuler de façon optimale l'information entre les personnes. Réaliser des collectes d'information par des procédés électroniques. Sécuriser les données.

Contenu

Gestion du cycle de vie de l'information. Mécanismes de création et de capture de l'information. Archivage électronique des données imprimées. Outils collaboratifs en ligne. Types de serveur. Encryptage et sécurité des données. Nouvelles normes de structuration.

Équivalente(s)

CRM836

COM838 - Stratégies de communication numérique

À NOTER

Cours offert à compter du 15 août 2019.

Sommaire

CYCLE

2e cycle

CRÉDITS

3 crédits

DURÉE

1 trimestre

FACULTÉ/CENTRE

Faculté des lettres et sciences humaines

Cible(s) de formation

Comprendre la nature et le rôle des médias numériques et des plateformes émergentes au sein d'une stratégie de communication. Maîtriser les outils pour comprendre et développer des stratégies interactives numériques de haut niveau. Développer des instruments pour l'évaluation des modes de diffusion des médias numériques en fonction de leur vocation. Analyser l'impact des médias numériques sur les médias dits traditionnels.

Contenu

Étude des différents médias actuels et émergents. Analyse des créneaux d'utilisation des médias numériques (publicité, actualités, valorisation de la marque, information, fidélisation, etc.). Critères et outils d'évaluation.

Équivalente(s)

CRM838

COM846 - Rédaction interactive et médias sociaux numériques

Sommaire

CYCLE

2e cycle

CRÉDITS

3 crédits

DURÉE

1 trimestre

FACULTÉ/CENTRE

Faculté des lettres et sciences humaines

Cible(s) de formation

Comprendre les composantes d'une stratégie de contenu interactif, les facteurs l'orientant et son arrimage avec la stratégie de communication. Expérimenter la conception, la scénarisation, la production et la rédaction de contenus pour différents environnements numériques. Développer une expertise analytique et critique en regard des stratégies d'élaboration et de présentation des contenus.

Contenu

Analyse et expérimentation des étapes d'une stratégie de contenu : audit et planification, création, diffusion, gestion et mesure. Évaluation des contraintes à la production de contenu. Rédaction et valorisation des contenus. Méthodes d'organisation, d'implantation et de mesure du contenu.

Équivalente(s)

CRM846

COM850 - Analyse stratégique en communication

Sommaire

CYCLE

2e cycle

CRÉDITS

3 crédits

DURÉE

1 trimestre

FACULTÉ/CENTRE

Faculté des lettres
et sciences
humaines

Cible(s) de formation

Comprendre et appliquer la méthodologie de l'audit afin de dresser le diagnostic communicationnel d'une organisation. Reconnaître les problématiques communicationnelles spécifiques des différents types d'organisation. Comprendre le rôle et l'impact des vecteurs de la communication dans la gestion stratégique. Appliquer les stratégies de communication optimales en fonction des constats de l'audit.

Contenu

Mandat, audit, recherche, évaluation des enjeux, problématiques, défis, opportunités, diagnostic, stratégies, recommandations et intervention.

Équivalente(s)

CRM810

CRM831 - Optimisation des outils de la technologie Internet

Sommaire

CYCLE

2e cycle

CRÉDITS

3 crédits

DURÉE

1 trimestre

FACULTÉ/CENTRE

Faculté des lettres
et sciences

USherbrooke.ca/admission

humaines

Cible(s) de formation

Connaître les différents protocoles et technologies pour maximiser l'utilisation d'Internet de manière à optimiser les échanges d'information. Maîtriser les standards du domaine dans le but d'assurer l'intercommunication entre les plateformes et les applications.

Contenu

Optimisation du courriel. Web 2 et 3. Diffusion de l'information (RSS) et des contenus (baladodiffusion). Conceptualisation de sites Web. Balisage, structuration et affichages des contenus (HTML, XHTML, CSS, etc.). L'accessibilité du Web (normes internationales, W3C et Projet WAI et WCAG, NSI).

CRM832 - Outils numériques avancés

Sommaire

CYCLE

2e cycle

CRÉDITS

3 crédits

DURÉE

1 trimestre

FACULTÉ/CENTRE

Faculté des lettres
et sciences
humaines

Cible(s) de formation

Évaluer l'ensemble des outils numériques selon leurs finalités. Développer des instruments d'aide à la décision pour la sélection d'outils numériques. Établir les aspects connexes à l'implantation des outils numériques en entreprise (coûts d'acquisition, d'utilisation et de mise à niveau).

Contenu

Examen critique des familles de logiciels disponibles pour la création et l'édition de médias

numériques, les générateurs de code, les logiciels de réseautage, la transmission de la voix à distance. Revue de méthodes pour le choix d'un logiciel ou d'une plateforme particulière.

CRM835 - Intervention en multimédia

Sommaire

CYCLE

2e cycle

CRÉDITS

3 crédits

DURÉE

1 trimestre

FACULTÉ/CENTRE

Faculté des lettres
et sciences
humaines

Cible(s) de formation

Développer une expertise dans un domaine spécifique des médias numériques et dans leur intégration. Comprendre les conditions d'arrimage des différentes expertises nécessaires aux réalisations collectives. Apprendre à repérer et à assimiler les techniques en usage dans le domaine à des fins particulières.

Contenu

Projets individuels en multimédia et supervision personnalisée. Simulation d'une équipe de production à travers la réalisation d'un projet d'envergure. Mise à profit des forces en présence dans le groupe pour l'établissement d'un réseau collaboratif à long terme.

CRM837 - Anthropologie et comportements numériques

Sommaire

CYCLE

2e cycle

CRÉDITS

3 crédits

DURÉE

1 trimestre

FACULTÉ/CENTRE

Faculté des lettres
et sciences
humaines

Cible(s) de formation

Comprendre les fondements de l'anthropologie et son apport méthodologique à la communication numérique. Maîtriser les concepts et techniques lui étant associés afin de soutenir la création d'un produit numérique. Maîtriser des techniques de collecte de données anthropologiques et les appliquer avec rigueur et créativité pour créer

des produits numériques centrés sur l'utilisateur.

Contenu

Concepts théoriques clés (anthropologie, ethnologie, identité/identification, communauté); élaboration d'un projet de recherche; techniques de collecte et d'analyse de données anthropologiques; approches issues du web (analytiques, tri de carte, test utilisateurs, analyse compétitive).