Université de Sherbrooke

FACULTÉ DES LETTRES ET SCIENCES HUMAINES

Microprogramme de 2e cycle en communication et multimédia

Les sections *Présentation*, *Structure du programme* et *Admission et exigences* (à l'exception de la rubrique intitulée « Document(s) requis pour l'admission ») constituent la version officielle de ce programme. La dernière mise à jour a été faite le 21 octobre 2026. 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 connaitre les spécificités d'admission par cheminements, trimestres d'admission, régimes ou lieux offerts.

CYCLE
2e cycle

RÉGIME DES ÉTUDES
Régulier

CRÉDITS
15 crédits

RÉGIME D'INSCRIPTION
Temps partiel

TRIMESTRES D'ADMISSION
Automne, Hiver, Été

LIEU
Campus de Longueuil

À NOTER

Consulter les dates limites pour déposer une demande d'admission.

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

Code de l'activité pédagogique	Titre de l'activité pédagogique et nombre de crédits
COM850	Analyse stratégique en communication - 3 crédits

Activités pédagogiques à option - 12 crédits

Code de l'activité pédagogique	Titre de l'activité pédagogique et nombre de crédits
COM804	Création de contenus longs et engagement des publics - 3 crédits
COM810	Communication et innovation numérique - 3 crédits
COM824	Planification en médias numériques - 3 crédits
COM825	Tendances, plateformes et création numériques émergentes - 3 crédits
COM830	Gestion de projets en communication numérique - 3 crédits
COM833	Communication et plateformes numériques : pratiques, critiques et éthiques - 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
COM877	Enjeux communicationnels de l'intelligence artificielle - 3 crédits
CRM837	Anthropologie et comportements numériques - 3 crédits

ADMISSION ET EXIGENCES

LIEU(X) DE FORMATION ET TRIMESTRE(S) D'ADMISSION

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

Condition(s) générale(s)

Détenir un grade de 1er cycle en communication ou dans un domaine s’y rattachant.

ou

Détenir un grade de 1er 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 1er 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 1er 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 vitæ démontrant une expérience minimale de 5 ans en communication

RÉGIME(S) 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 profesionnels 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.

Les forces du programme

- Savant mélange de connaissances scientifiques et de praxis professionnelle;
- 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'assistanat de recherche, le perfectionnement d'une langue seconde, etc.

INDEX DES ACTIVITÉS PÉDAGOGIQUES

COM804 - Création de contenus longs et engagement des publics

Sommaire

CYCLE

2e cycle

CRÉDITS

3 crédits

FACULTÉ OU CENTRE

Faculté des lettres et sciences humaines

Cible(s) de formation

Développer une compréhension stratégique de la création de contenus longs (balado, marketing de contenu, récits multimédias, journal d'entreprise, vidéo de marque, vidéo longue, court-métrage, tutoriel, infolettre, webinaire, étude de cas, etc.) comme leviers de communication organisationnelle et de changement social. Analyser les mécanismes d'engagement des publics propres aux formats longs (attention soutenue, immersion narrative, construction de communauté) et leurs effets différenciés selon les visées poursuivies. Analyser de manière critique les choix éditoriaux, narratifs, esthétiques, technologiques et éthiques qui président à la conception, à la production et à la diffusion d'un contenu long. Concevoir et produire un contenu long répondant à des objectifs stratégiques précis, en intégrant les exigences narratives, formelles et médiatiques propres à chaque format. Évaluer, à partir de cadres théoriques et de données probantes, la portée, les limites et les enjeux éthiques des contenus longs comme outils d'information, de mobilisation, de fidélisation ou de transformation des pratiques auprès de différents publics.

Contenu

Typologie des formats de contenus longs et de leurs logiques narratives, temporelles, médiatiques spécifiques et économiques spécifiques, notamment en matière de production, de financement, de diffusion. Théories et modèles de l'engagement des publics (engagement parasocial, immersion narrative, communauté d'intérêt, mobilisation collective) appliqués aux formats longs. Stratégies de communication organisationnelle mobilisant le contenu long : image de marque, fidélisation, légitimation institutionnelle, formation interne et externe. Stratégies de communication stratégique pour le changement social : sensibilisation, mobilisation citoyenne, accompagnement de transformations sociales et changement de comportement. Processus de scénarisation, de production et de diffusion de contenus longs adaptés aux plateformes et aux publics visés. Méthodes d'évaluation de l'engagement et de l'impact (indicateurs qualitatifs et quantitatifs, analyse de réception, mesure de mobilisation). Enjeux éthiques liés à la production de contenus longs engageants (économie de l'attention, manipulation, désinformation, accessibilité).

Programmes offrant cette activité pédagogique (cours)

Diplôme d'études supérieures spécialisées de 2e cycle en communication stratégique

Maîtrise en communication

Microprogramme de 2e cycle en communication et multimédia

Microprogramme de 2e cycle en communication et stratégies médias

Microprogramme de 2e cycle en communication stratégique

COM810 - Communication et innovation numérique

Sommaire

CYCLE

2e cycle

CRÉDITS

3 crédits

FACULTÉ OU CENTRE

Faculté des lettres et sciences humaines

Cible(s) de formation

Mobiliser la communication comme pratique et comme science pour mettre en question les enjeux d'acceptabilité sociale des technologies émergentes. Développer une compréhension globale des mutations induites par les technologies émergentes, dans le champ de la communication numérique et au-delà. Savoir identifier, évaluer et médiatiser les potentiels contenus dans ces technologies émergentes, en termes de promesses ou de risques.

Contenu

Veille informationnelle pour identifier les technologies émergentes (technologies ubiquitaires, affectives, synthétiques, quantiques, mais aussi low tech, écoconception, décarbonation) et les imaginaires qui leur sont associés. Parties prenantes dans l'émergence des nouvelles technologies (soutiens publics, universités, financeurs, entreprises en démarrage, entreprises, personnes utilisatrices et non utilisatrices, publics concernés, etc.) Leviers communicationnels de vulgarisation, médiation, formation, légitimation, participation autour des technologies émergentes. Stratégie de communication visant à médiatiser une technologie émergente (au profit d'un institut de recherche, d'une entreprise en démarrage, d'un acteur public, etc.). Stratégie de communication sur les changements induits par la nouvelle technologie visant à accompagner les futurs utilisateurs et utilisatrices et les publics concernés. Pratiques communicationnelles pour accompagner l'émergence des nouvelles technologies et anticiper les enjeux d'acceptabilité sociale.

* Sujet à changement

Programmes offrant cette

activité pédagogique (cours)

Diplôme d'études supérieures spécialisées de 2e cycle en communication stratégique

Maîtrise en communication

Microprogramme de 2e cycle en communication et multimédia

Microprogramme de 2e cycle en communication stratégique

COM824 - Planification en médias numériques

Sommaire

CYCLE

2e cycle

CRÉDITS

3 crédits

FACULTÉ OU 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

---

* Sujet à changement

Programmes offrant cette activité pédagogique (cours)

Diplôme d'études supérieures spécialisées de 2e cycle en communication stratégique

Maîtrise en communication

Microprogramme de 2e cycle en communication et multimédia

Microprogramme de 2e cycle en communication stratégique

COM825 - Tendances, plateformes et création numériques émergentes

Sommaire

CYCLE

2e cycle

CRÉDITS

3 crédits

FACULTÉ OU CENTRE

Faculté des lettres et sciences humaines

Cible(s) de formation

Articuler une approche stratégique quant à la sélection, à la création et au déploiement de divers formats de contenus médiatiques, dont des formats émergents. Explorer la pertinence, pour une organisation, d'adopter ces divers formats et plateformes en fonction de son public, de ses objectifs, etc.

Contenu

Particularités et pertinence stratégique de divers formats ciblés, comme les vidéos courtes, les boucles, les flux, les baladodiffusions, les infolettres, les publications de réseaux socionumériques, etc. Exploration des plateformes de diffusion et création de stratégies de contenu.

---

* Sujet à changement

Programmes offrant cette activité pédagogique (cours)

Diplôme d'études supérieures spécialisées de 2e cycle en communication stratégique

Maîtrise en communication

Microprogramme de 2e cycle en communication et multimédia

Microprogramme de 2e cycle en communication et stratégies médias

Microprogramme de 2e cycle en communication stratégique

COM830 - Gestion de projets en communication numérique

Sommaire

CYCLE

2e cycle

CRÉDITS

3 crédits

FACULTÉ OU 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), échéancier, structuration de l'information, normes d'accessibilité, cahier des charges, cheminement critique et devis.

Équivalente(s)

CRM830

---

* Sujet à changement

Programmes offrant cette activité pédagogique (cours)

Diplôme d'études supérieures spécialisées de 2e cycle en communication stratégique

Maîtrise en communication

Microprogramme de 2e cycle en

communication et multimédia

COM833 - Communication et plateformes numériques : pratiques, critiques et éthiques

Sommaire

CYCLE

2e cycle

CRÉDITS

3 crédits

FACULTÉ OU CENTRE

Faculté des lettres et sciences humaines

Cible(s) de formation

Concevoir une stratégie de communication prenant appui sur les plateformes de services ou de contenus. Saisir ce qu'implique de travailler avec et pour des plateformes tout en adoptant une posture critique de l'économie de ces plateformes. Formuler des objectifs stratégiques en communication en tenant compte des caractéristiques de ces plateformes (telles que fonctionnalités et règles d'usage). Mettre en dialogue une approche stratégique et une posture éthique, en fonction de ce que les plateformes appellent comme réflexions et comme pratiques.

Contenu

Problématiques de marque, d'organisation et de professionnalisation en privilégiant une approche stratégique de la communication. Étude des plateformes dans une perspective interdisciplinaire : éléments communicationnels (transformation des interactions par les plateformes), techniques (fonctionnement des plateformes) et sociologiques (effets sociaux de la plateformisation).

* Sujet à changement

Programmes offrant cette activité pédagogique (cours)

Diplôme d'études supérieures spécialisées de 2e cycle en communication stratégique

Maîtrise en communication

Microprogramme de 2e cycle en communication et multimédia

COM834 - Expérience utilisateur et ergonomie des interfaces

Sommaire

CYCLE

2e cycle

CRÉDITS

3 crédits

FACULTÉ OU 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

* Sujet à changement

Programmes offrant cette activité pédagogique (cours)

Diplôme d'études supérieures spécialisées de 2e cycle en communication stratégique

Maîtrise en communication

Microprogramme de 2e cycle en communication et multimédia

COM836 - Gestion de l'information numérique

Sommaire

CYCLE

2e cycle

CRÉDITS

3 crédits

FACULTÉ OU 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

* Sujet à changement

Programmes offrant cette activité pédagogique (cours)

Diplôme d'études supérieures spécialisées de 2e cycle en communication stratégique

Maîtrise en communication

Microprogramme de 2e cycle en communication et multimédia

COM838 - Stratégies de communication numérique

Sommaire

CYCLE

2e cycle

CRÉDITS

3 crédits

FACULTÉ OU 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

---

* Sujet à changement

Programmes offrant cette activité pédagogique (cours)

Diplôme d'études supérieures spécialisées de 2e cycle en communication stratégique

Maîtrise en communication

Microprogramme de 2e cycle en communication et multimédia

COM846 - Rédaction interactive et médias socionumériques

Sommaire

CYCLE

2e cycle

CRÉDITS

3 crédits

FACULTÉ OU 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

---

* Sujet à changement

Programmes offrant cette activité pédagogique (cours)

Diplôme d'études supérieures spécialisées de 2e cycle en communication stratégique

Maîtrise en communication

Microprogramme de 2e cycle en communication et multimédia

COM850 - Analyse stratégique en communication

Sommaire

CYCLE

2e cycle

CRÉDITS

3 crédits

FACULTÉ OU 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. Reconnaitre 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

---

* Sujet à changement

Programmes offrant cette activité pédagogique (cours)

Diplôme d'études supérieures spécialisées de 2e cycle en communication stratégique

Maîtrise en communication

Microprogramme de 2e cycle en communication et multimédia

Microprogramme de 2e cycle en communication et stratégies médias

Microprogramme de 2e cycle en communication stratégique

COM877 - Enjeux communicationnels de l'intelligence artificielle

Sommaire

CYCLE

2e cycle

CRÉDITS

3 crédits

FACULTÉ OU CENTRE

Faculté des lettres et sciences humaines

Cible(s) de formation

Appréhender, comme chercheuse ou chercheur ou comme professionnelle ou professionnel en communications, les enjeux technologiques, communicationnels, sociaux et économiques soulevés par le développement de l'intelligence artificielle (IA). Réfléchir et délibérer sur la place de l'IA dans différents domaines d'application liés aux communications.

Contenu

Enjeux communicationnels liés à différentes applications de l'intelligence artificielle : Big Data, algorithmes, réseaux de neurones, apprentissage machine, robot journalisme, traitement automatique des langues, fractures sociales, éthiques et normes morales face à l'IA, appareils dits « intelligents », protection de la vie privée, aide à la prise de décision, capitalisme cognitif, réalité augmentée, interaction humains-machines. Histoire et économie de l'IA. Impact de ces applications dans différents domaines liés aux communications : médias, réseaux sociaux, gestion et gouvernance, arts et création culturelle, recherche scientifique.

---

* Sujet à changement

Programmes offrant cette activité pédagogique (cours)

Diplôme d'études supérieures spécialisées de 2e cycle en communication stratégique

Maîtrise en communication

Microprogramme de 2e cycle en communication et multimédia

CRM837 - Anthropologie et comportements numériques

Sommaire

CYCLE

2e cycle

CRÉDITS

3 crédits

FACULTÉ OU 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).

---

* Sujet à changement

Programmes offrant cette activité pédagogique (cours)

Diplôme d'études supérieures spécialisées de 2e cycle en communication stratégique

Maîtrise en communication

Microprogramme de 2e cycle en communication et multimédia