

FACULTÉ DES LETTRES ET SCIENCES HUMAINES

Diplôme d'études supérieures spécialisées de 2e cycle 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 11 juin 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

30 crédits

TRIMESTRE(S) D'ADMISSION

Automne, Hiver, Été

RÉGIME DES ÉTUDES

Régulier

RÉGIME D'INSCRIPTION

Temps complet, Temps partiel

LIEU

Campus de Longueuil

PARTICULARITÉS*

Ouvert aux étudiants internationaux en régime régulier

Ouvert aux étudiants internationaux en échange

* Peuvent varier pour certains cheminements ou concentrations.

RENSEIGNEMENTS

819 821-7285 (télécopieur)
819-821-8000, poste 62277
dep-com@USherbrooke.ca

Objectif(s)

Permettre à l'étudiante ou à l'étudiant :

- de maîtriser les outils théoriques et méthodologiques et d'acquérir les connaissances théoriques, historiques et analytiques nécessaires pour discerner et analyser les problématiques contemporaines en communication;
- de situer, dans une perspective critique, la pratique professionnelle par rapport à l'évolution historique et à la dynamique du monde des communications;
- de comprendre la nature des relations entre les acteurs d'un environnement et de mettre à profit cette compréhension pour formuler des propositions concrètes de stratégies de communication;
- d'accroître sa capacité à prendre des décisions et à résoudre des problèmes de communication complexes dans un environnement régi par des contraintes économiques, sociales, culturelles, légales, déontologiques ou éthiques;
- de comprendre les contraintes propres à chacun des domaines de la communication professionnelle, de développer une perspective intégrée

touchant l'ensemble de ces domaines et d'avoir accès à une mobilité à l'intérieur de l'industrie.

STRUCTURE DU PROGRAMME

Activités pédagogiques obligatoires (3 crédits)

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

Activités pédagogiques à option (27 crédits)

Choisies parmi les activités des blocs suivants:

BLOC 1: Communication appliquée

COM801	Stratégies de relations publiques (3 crédits)
COM802	Éthique et déontologie (3 crédits)
COM803	Stratégies de création en communication (3 crédits)
COM806	Aspects légaux de la communication stratégique (3 crédits)
COM807	Stratégies de communication politique (3 crédits)
COM808	Communication stratégique internationale (3 crédits)
COM809	Enjeux des technologies émergentes (3 crédits)
COM811	Gestion de projets en communication (3 crédits)
COM812	Recherche en communication stratégique (3 crédits)
COM815	Analyse stratégique des publics (3 crédits)
COM818	Stratégies de communication interne (3 crédits)
COM855	Problématisation de la recherche en communication (3 crédits)
CRM805	Communication organisationnelle appliquée (3 crédits)
CRM816	Production électronique et imprimée (3 crédits)
CRM817	Intervention en communication appliquée (3 crédits)

BLOC 2: Communication et médias

COM820	Industrie des médias publicitaires (3 crédits)
COM821	Stratégie média (3 crédits)
COM822	Achats médias (3 crédits)
COM823	Créativité média (3 crédits)
COM824	Planification en médias numériques (3 crédits)

BLOC 3: Multimédia

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)
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)

BLOC 4: Communication écrite

COM844	Créativité et rédaction spécialisée (3 crédits)
COM845	Vulgarisation et communication efficace (3 crédits)
COM846	Rédaction interactive et médias socionumériques (3 crédits)
CRM840	Écrits professionnels (3 crédits)
CRM841	Analyse des stratégies discursives (3 crédits)
CRM842	Argumentation et persuasion à l'écrit (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 vitæ démontrant une expérience minimale de 5 ans en communication

Régimes des études et d'inscription

Régime régulier à temps complet ou à temps partiel

POURQUOI CE PROGRAMME

Ce qui distingue ce programme

L'UdeS est la première université à offrir, au Québec, une formation supérieure intégrée en communication appliquée de 30 crédits qui vise une compréhension globale des phénomènes liés aux pratiques professionnelles dans le domaine des communications. Offerte exclusivement au Campus de Longueuil à temps complet et à temps partiel, cette formation est constituée d'un savant mélange de connaissances scientifiques et de praxis professionnelle, grâce à la participation des ressources enseignantes de l'UdeS mais aussi d'expertes et d'experts en exercice.

Forces du programme

- Programme complet incluant tous les aspects de la communication publique : relations publiques, publicité, communication organisationnelle, communication politique, etc.
- Formules pédagogiques variées : études de cas, apprentissage par problèmes, discussions, exposés, expérimentations en milieu réel.
- Horaires permettant la conciliation travail-études-vie personnelle avec cours offerts les soirs et les fins de semaine
- Passerelle permettant l'accès à certaines conditions à la maîtrise en communication

Environnement d'études

Le Campus de Longueuil suscite un fort sentiment de fierté et d'appartenance auprès de toute la communauté universitaire, notamment parce qu'il offre des programmes de grande qualité et un environnement d'études moderne et innovateur.

Plusieurs espaces communs, dont les salons d'étude et l'oasis de verdure (toit vert), permettent aux étudiantes et étudiants d'interagir fréquemment, peu importe leur domaine d'études. C'est un milieu convivial et un lieu d'échanges riches où le réseautage est propice. Les installations permettent également l'organisation d'activités académiques, culturelles et sociales favorisant une vie étudiante des plus enrichissantes.

Autres programmes qui pourraient vous intéresser

- Microprogramme de 2e cycle en communication appliquée
- Microprogramme de 2e cycle en communication et multimédia
- Microprogramme de 2e cycle en communication et stratégies médias

INDEX DES ACTIVITÉS PÉDAGOGIQUES

COM801 - Stratégies de relations publiques

Sommaire

CYCLE

2e cycle

CRÉDITS

3 crédits

DURÉE

1 trimestre

FACULTÉ/CENTRE

Faculté des lettres
et sciences
humaines

Cible(s) de formation

Approfondir les modèles théoriques entourant l'utilisation des relations publiques dans la gestion de la communication publique. Analyser l'impact de ces modèles dans le contexte de différentes stratégies de communication publique.

Contenu

Présentation des différents modèles théoriques. Analyse de l'impact des relations publiques dans la planification de la communication marketing. Compréhension des contextes d'application des relations publiques (gestion de crise, intervention planifiée du risque, lancement et promotion, gestion de l'opinion publique, etc.) et des rôles et influences des vecteurs de communication (médias, meneurs d'opinion, cibles) dans les relations publiques.

Équivalente(s)

CRM801

COM802 - Éthique et

USherbrooke.ca/admission

déontologie

Sommaire

CYCLE

2e cycle

CRÉDITS

3 crédits

DURÉE

1 trimestre

FACULTÉ/CENTRE

Faculté des lettres
et sciences
humaines

Cible(s) de formation

Comprendre les modes de régulation éthiques et déontologiques qui régissent l'activité professionnelle en communication publique. S'initier aux principes et au processus guidant l'éthique appliquée en matière de communication publique. Analyser dans une perspective critique les principales dispositions législatives et réglementaires en matière de déontologie professionnelle dans le domaine.

Contenu

Présentation des concepts théoriques propres au domaine de la communication publique; étude du processus de reconnaissance et de résolution d'un dilemme éthique (selon les modalités de l'éthique appliquée). Étude et analyse des différents codes de déontologie régissant les principales activités de communication publique (relations publiques, publicité, lobbyisme, journalisme, etc.). Réflexion sur les principaux problèmes éthiques et déontologiques qui se posent actuellement dans différents domaines d'activité de la communication publique.

Équivalente(s)

CRM802

COM803 - Stratégies de création en communication

Sommaire

CYCLE

2e cycle

CRÉDITS

3 crédits

DURÉE

1 trimestre

FACULTÉ/CENTRE

Faculté des lettres
et sciences
humaines

Cible(s) de formation

Réfléchir au processus et à l'importance stratégique de la créativité dans une double perspective : celle des objectifs visés et des contraintes de production. Analyser son impact dans la mise en œuvre des stratégies de communication professionnelle.

Contenu

Évaluation de la place de la créativité dans l'élaboration d'une stratégie de communication. Caractérisation des processus créatifs sollicités dans la recherche de solutions novatrices aux problèmes de communication publique. Examen des contraintes de la créativité et de son applicabilité. Opérationnalisation du passage de l'idée publicitaire à son élaboration. Observation et critique des grilles de jugement de la créativité.

Équivalente(s)

CRM803

COM806 - Aspects légaux de la communication stratégique

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

Se familiariser avec les principales dispositions juridiques québécoises et canadiennes relatives à la propriété intellectuelle, à la communication et à la consommation. Comprendre les divers aspects légaux entourant la pratique professionnelle en communication stratégique. Analyser les impacts juridiques des choix de contenus communicationnels.

Contenu

Notions juridiques relatives à la création et à la diffusion de campagnes de communication, droits d'auteur, marques de commerce, droit à l'image, droit des contrats, atteinte à la réputation, réglementation en matière de publicité, de commerce électronique et de protection du consommateur.

Équivalente(s)

CRM806

COM807 - Stratégies de communication politique

Sommaire

CYCLE

2e cycle

CRÉDITS

3 crédits

DURÉE

1 trimestre

FACULTÉ/CENTRE

Faculté des lettres
et sciences
humaines

Cible(s) de formation

Comprendre l'influence de la communication dans les processus politiques. Analyser les interactions entre la communication et la gouvernance. Élaborer et intégrer les outils de communication dans un environnement politique. Appliquer un programme d'intervention en communication politique.

Contenu

Audit de communication politique, acteurs, organisations et enjeux politiques, stratégies de communication politique, relations médiatiques, campagnes électorales, gestion de l'image, programmes d'intervention.

Équivalente(s)

CRM807

COM808 - Communication stratégique internationale

Sommaire

CYCLE

2e cycle

CRÉDITS

3 crédits

DURÉE

1 trimestre

FACULTÉ/CENTRE

Faculté des lettres
et sciences
humaines

Cible(s) de formation

Comprendre et interpréter l'impact des particularités culturelles dans l'élaboration, la transmission et la réception des messages. Développer des stratégies de communication

mondiale, transnationale ou locale qui tiennent compte des réalités et sensibilités socioculturelles des publics. Évaluer et déterminer les vecteurs correspondant aux objectifs de communication de l'organisation et de ses activités de communication.

Contenu

Systèmes médiatiques, politiques de communication, gestion de la complexité et communication, communication et mondialisation, acteurs internationaux.

Équivalente(s)

CRM808

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

COM811 - Gestion de projets en communication

Sommaire

CYCLE

2e cycle

CRÉDITS

3 crédits

DURÉE

1 trimestre

FACULTÉ/CENTRE

Faculté des lettres
et sciences
humaines

Cible(s) de formation

Cerner les enjeux et les perspectives de la gestion de projet. Comprendre et appliquer les concepts propres à la gestion de projet dans un contexte de communication professionnelle. Développer les habiletés liées à la gestion d'un projet. Développer les habiletés de communication associées aux présentations spéculatives et à la relation professionnelle.

Contenu

Appels d'offres, devis et cahiers des charges. Mandat, échéancier, outils de gestion et budget. Gestion des équipes de travail en communication professionnelle. Présentations professionnelles. Les structures organisationnelles de la communication professionnelle.

Équivalente(s)

CRM811

COM812 - Recherche en communication stratégique

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

Maîtriser les outils méthodologiques nécessaires pour saisir l'environnement de la communication professionnelle. Dégager les pistes de réflexion stratégique entourant la collecte de données. Saisir les enjeux inhérents à la collecte de données dans le contexte de la communication professionnelle.

Contenu

Banques de données et de traitement des données (SPSS, PMB, BBM, NadBank, etc.), mesures d'auditoire, sondages et groupes de discussion.

Équivalente(s)

CRM812

COM815 - Analyse stratégique des publics

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 les facteurs psychologiques et sociaux qui influencent les différents aspects de la réception de la communication d'un message. Déterminer les facteurs permettant d'agir sur les perceptions et les comportements des publics de manière à favoriser la transmission du message visé.

Contenu

Les modèles en comportement des cibles de communication. Segmentations sociographiques, psychographiques, démographiques et comportementales. Information et modification des compréhensions, attitudes, perceptions.

Équivalente(s)

CRM815

COM818 - Stratégies de communication interne

Sommaire

CYCLE

2e cycle

CRÉDITS

3 crédits

DURÉE

1 trimestre

FACULTÉ/CENTRE

Faculté des lettres
et sciences
humaines

Cible(s) de formation

Saisir les enjeux organisationnels propres à la circulation interne de la communication. Reconnaître et analyser les facteurs qui influencent cette dynamique. Définir des objectifs et des stratégies de communication interne tenant compte des objectifs organisationnels (gestion de l'image interne, transmission des valeurs organisationnelles, gestion du

changement, marque employeur). Développer des programmes d'intervention de communication interne.

Contenu

Audit et analyse des enjeux organisationnels. Réseaux organisationnels. Stratégies et tactiques de diffusion de la communication interne (événements internes, vidéo corporative, journal d'entreprise, etc.). Usages des communications internes (information, embauche, valorisation, rétention, dynamisation). Nouvelles technologies et communication interne (forums, blogues, intranet, réseaux sociaux, etc.).

Équivalente(s)

CRM818

COM820 - Industrie des médias publicitaires

Sommaire

CYCLE

2e cycle

CRÉDITS

3 crédits

DURÉE

1 trimestre

FACULTÉ/CENTRE

Faculté des lettres et sciences humaines

Cible(s) de formation

Comprendre l'évolution et la dynamique régissant l'industrie des médias dans une perspective régionale et nationale. Analyser les enjeux et les acteurs propres à l'industrie des médias. Acquérir les connaissances nécessaires pour intervenir avec efficacité, particulièrement dans la collecte et l'analyse de données, ainsi que dans les recommandations et la validation des choix médias et des stratégies déployées. Connaître la nature des relations de travail et le rôle du service médias par rapport aux clients, à l'agence et aux fournisseurs médias.

Contenu

Industrie des communications, grands groupes

USherbrooke.ca/admission

médias, nouvelles plateformes et technologies médiatiques, agences de publicité, fournisseurs médias.

Équivalente(s)

CRM820

COM821 - Stratégie média

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

Maîtriser l'ensemble des outils théoriques et méthodologiques propres à la planification d'une stratégie média. Traduire les besoins en objectifs de communication, puis en objectifs médias. Élaborer des plans médias pour différents marchés. Optimiser les plans médias à l'aide des bases de données utilisées dans l'industrie.

Contenu

Notions de cibles et profils sociodémographiques, mesure de l'impact média (PEB), duplication, base de données, breffage, objectifs et stratégies médias.

Équivalente(s)

CRM821

COM822 - Achats médias

Sommaire

CYCLE

2e cycle

CRÉDITS

3 crédits

DURÉE

1 trimestre

FACULTÉ/CENTRE

Faculté des lettres et sciences humaines

Cible(s) de formation

Comprendre la fonction d'achat média, son rôle et ses particularités dans différents contextes (agence à services complets, agence média AOR, achat direct). Connaître les bases d'un achat média efficace en adéquation avec les stratégies établies, en amont, lors du processus de planification média. Développer certains réflexes, un sens critique et une capacité d'analyse permettant d'évaluer, de négocier et d'exécuter des achats médias. Se familiariser avec l'ensemble des modalités d'un achat média ainsi qu'avec les principaux outils permettant d'en assurer l'évaluation, la gestion et le suivi.

Contenu

Contexte d'un achat média, paramètres stratégiques établis lors de la planification média, calendrier média, bases de données, unités de mesure et méthodes de calcul, particularités du processus d'achat par grande catégorie de médias, gestion et suivis (budget, exécution, performance).

Équivalente(s)

CRM822

COM823 - Créativité média

Sommaire

CYCLE

2e cycle

CRÉDITS

3 crédits

DURÉE

1 trimestre

FACULTÉ/CENTRE

Faculté des lettres
et sciences
humaines

Cible(s) de formation

Connaître les différents enjeux reliés à la créativité média dans une approche stratégique. Optimiser les objectifs et stratégies médias par la créativité média. Appliquer les techniques d'idéation à la planification média.

Contenu

Processus de création, techniques d'idéation et d'innovation, plans médias, stratégies médias, stratégies de différenciation.

Équivalente(s)

CRM823

COM824 - Planification en médias numériques

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

Usherbrooke.ca/admission

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), échéancier, 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

Usherbrooke.ca/admission

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

COM844 - Créativité et rédaction spécialisée

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 l'importance des procédés de créativité dans les textes spécialisés. Développer des stratégies créatives dans une perspective de communication écrite.

Contenu

Phases du processus de création et principales techniques qui s'y rapportent. Expérimentation de grilles d'analyse permettant de cerner l'apport créatif dans différents types de textes.

Équivalente(s)

CRM844

COM845 - Vulgarisation et communication efficace

Sommaire

CYCLE

2e cycle

CRÉDITS

3 crédits

DURÉE

1 trimestre

FACULTÉ/CENTRE

Faculté des lettres
et sciences
humaines

Cible(s) de formation

Résumer divers types de textes, documents ou présentations orales sur des sujets technoscientifiques en tenant compte d'une situation de communication professionnelle; transmettre des connaissances spécialisées, scientifiques, techniques, en adaptant le contenu à des publics variés.

Contenu

Lecture et analyse de différents types de textes. Procédés de contraction. Procédés de vulgarisation.

Équivalente(s)

CRM845

COM846 - Rédaction interactive et médias socionumériques

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

COM855 - Problématisation de la recherche en communication

Sommaire

CYCLE

2e cycle

CRÉDITS

3 crédits

DURÉE

1 trimestre

FACULTÉ/CENTRE

Faculté des lettres
et sciences
humaines

Cible(s) de formation

S'initier à l'exploitation des ressources scientifiques. Se familiariser avec la rédaction d'un mémoire. Découvrir et définir des problématiques de recherche contemporaines. Débattre des questions et des enjeux spécifiques au contexte professionnel, stratégique et international. Créer et faire émerger une problématique. Reconnaître les approches théoriques et méthodologiques en communication et stratégie de communication. Connaître les équipes de professeurs pouvant encadrer les projets de recherche.

Contenu

Problématisation, mémoire, approches théoriques et méthodologiques, enjeux de la communication stratégique et internationale.

CRM805 - Communication organisationnelle appliquée

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 les différents modèles théoriques liés à la communication interne et à son impact sur la communication externe. Étudier, à travers différents modèles, les acteurs et les flux communicationnels dans l'organisation. Développer des stratégies de communication internes assurant une transmission efficace des messages tant à l'intérieur qu'à l'extérieur de l'organisation.

Contenu

Audit de communication interne, réseaux et vecteurs de communication, plan de communication et flux communicationnels dans l'organisation.

CRM816 - Production électronique et imprimée

Sommaire

CYCLE

2e cycle

CRÉDITS

3 crédits

DURÉE

1 trimestre

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

Déterminer les problématiques associées à la planification et à la diffusion de la communication à travers les médias électroniques (télévision, web et radio) et imprimés (affichage, presse). Comprendre les différentes étapes menant de la pré-production à la post-production, jusqu'à la diffusion de ces messages. Savoir utiliser les supports adaptés en fonction des objectifs de communication, des budgets et des échéanciers.

Contenu

Devis de production et budget. Contraintes inhérentes à la production. Gestion de la commande de projets et des équipes de travail en production. Procédures, techniques et technologies de production des messages.

CRM817 - Intervention en communication appliquée

Sommaire**CYCLE**

2e cycle

CRÉDITS

3 crédits

DURÉE

1 trimestre

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

Appliquer les cadres théoriques, méthodologiques et pragmatiques à des interventions de

communication professionnelle. Acquérir les habiletés personnelles et professionnelles nécessaires pour intervenir en organisation.

Contenu

À partir d'un projet personnel, les aspects suivants pourront être abordés par l'entremise des méthodes de résolutions de problème : audit, recommandations, intervention et productions d'outils de communication. L'intervention peut prendre la forme d'un essai, d'un article, d'un rapport, d'un plan stratégique, etc. Contenu variable selon le projet.

Préalable(s)

(CRM810 ou CRM811)

CRM831 - Optimisation des outils de la technologie Internet

Sommaire**CYCLE**

2e cycle

CRÉDITS

3 crédits

DURÉE

1 trimestre

FACULTÉ/CENTREFaculté des lettres
et sciences
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/CENTREFaculté 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).

CRM840 - Écrits professionnels

Sommaire

CYCLE

2e cycle

CRÉDITS

3 crédits

DURÉE

1 trimestre

FACULTÉ/CENTRE

Faculté des lettres
et sciences
humaines

Cible(s) de formation

Maîtriser le processus de production des écrits professionnels dans sa complexité. Favoriser l'intelligibilité des textes.

Contenu

Texte et situation d'écrit. Rédaction et cognition. Clarté et efficacité communicationnelle.

CRM841 - Analyse des stratégies discursives

Sommaire

CYCLE

2e cycle

CRÉDITS

3 crédits

DURÉE

1 trimestre

FACULTÉ/CENTRE

Faculté des lettres
et sciences
humaines

Cible(s) de formation

Comprendre et expérimenter les concepts théoriques de l'analyse du discours. Développer une expertise analytique et critique des stratégies discursives à l'œuvre dans les écrits professionnels.

Contenu

Présentation des concepts d'analyse du discours en contexte professionnel. Repérage et catégorisation de différents discours contemporains (didactique, médiatique, politique, scientifique, etc.).

CRM842 - Argumentation et persuasion à l'écrit

Sommaire

CYCLE

2e cycle

CRÉDITS

3 crédits

DURÉE

1 trimestre

FACULTÉ/CENTRE

Faculté des lettres
et sciences
humaines

Cible(s) de formation

Maîtriser les stratégies d'argumentation adaptées aux différents genres d'écrits au travail.

Contenu

Argumentation et opinion. Types de jugements. Catégories d'arguments. Stratégies d'élaboration d'une argumentation appliquées à des textes utilitaires.

CRM843 - Lecteurs : enjeux et spécificités

Sommaire

CYCLE

2e cycle

CRÉDITS

3 crédits

DURÉE

1 trimestre

FACULTÉ/CENTRE

Faculté des lettres
et sciences
humaines

Cible(s) de formation

Comprendre les orientations théoriques et les catégories d'analyse utilisées pour étudier les groupes de lecteurs.

Contenu

Catégorisation culturelle, sociologique et économique des lecteurs. Étude quantitative et qualitative des lecteurs dans différentes sciences (didactique, sociologie, psychologie...). Gestion des écrits et adéquation de l'écriture.