

**FACULTÉ DES LETTRES ET SCIENCES HUMAINES**

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

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 mai 2025. 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.

<b>CYCLE</b> 2e cycle	<b>RÉGIME DES ÉTUDES</b> Régulier	<b>PARTICULARITÉS*</b> Candidatures internationales en échange
<b>CRÉDITS</b> 30 crédits	<b>RÉGIMES D'INSCRIPTION</b> Temps complet, Temps partiel	Ouvert aux personnes étudiantes internationales en régime régulier
<b>TRIMESTRES D'ADMISSION</b> Automne, Hiver	<b>LIEU</b> Campus de Longueuil	* Peuvent varier pour certains cheminements ou concentrations.

## Renseignements

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

## OBJECTIF(S)

Permettre à l'étudiante ou à l'étudiant :

- d'accroître sa capacité à prendre des décisions stratégiques et à résoudre des problèmes de communication complexes dans un environnement régi par des contraintes économiques, sociales, culturelles, légales, déontologiques ou éthiques;
- de maîtriser les outils théoriques et méthodologiques et d'acquérir les connaissances théoriques, historiques et analytiques nécessaires pour discerner et analyser les problématiques complexes et contemporaines en communication;
- de comprendre les contraintes propres à chacun des domaines de la communication professionnelle, de développer une perspective stratégique et intégrée touchant l'ensemble de ces domaines et d'avoir accès à une mobilité à l'intérieur de l'industrie;
- 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;

- de situer, dans une perspective critique, la pratique professionnelle par rapport à l'évolution historique et à la dynamique du monde des communications.

## STRUCTURE DU PROGRAMME

### Activités pédagogiques obligatoires - 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 - 27 crédits

Choisies parmi les activités des blocs suivants :

#### BLOC 1: Communication stratégique

Code de l'activité pédagogique	Titre de l'activité pédagogique et nombre de crédits
COM801	Stratégies de relations publiques - 3 crédits
COM803	Stratégies de création en communication - 3 crédits
COM805	Stratégies de communication en organisation - 3 crédits
COM807	Stratégies de communication politique - 3 crédits
COM808	Communication stratégique internationale - 3 crédits
COM810	Communication et innovation numérique - 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
COM819	Planification et créativité stratégiques - 3 crédits
COM855	Problématisation de la recherche en communication - 3 crédits
COM862	Communication et enjeux contemporains - 3 crédits
COM873	Éthique et déontologie - 1 crédit
COM874	Aspects légaux de la communication internationale - 1 crédit
COM875	Responsabilité sociale des entreprises - 1 crédit
COM876	Communication, créativité et organisations - 3 crédits
COM878	Stratégies de communication des risques - 3 crédits
COM879	Stratégies de communication de crise - 3 crédits

#### BLOC 2: Communication et stratégies médias

Code de l'activité pédagogique	Titre de l'activité pédagogique et nombre de crédits
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
COM825	Tendances, plateformes et création numériques émergentes - 3 crédits

## BLOC 3: Communication numérique

Code de l'activité pédagogique	Titre de l'activité pédagogique et nombre de 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
COM877	Enjeux communicationnels de l'intelligence artificielle - 3 crédits
CRM835	Intervention en multimédia - 3 crédits
CRM837	Anthropologie et comportements numériques - 3 crédits

## BLOC 4: Communication écrite

Code de l'activité pédagogique	Titre de l'activité pédagogique et nombre de crédits
COM841	Analyse des stratégies discursives - 3 crédits
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
CRM842	Argumentation et persuasion à l'écrit - 3 crédits

## ADMISSION ET EXIGENCES

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

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

#### Condition(s) générale(s)

Détenir un grade de 1<sup>er</sup> cycle en communication ou dans un domaine s'y rattachant.

ou

Détenir un grade de 1<sup>er</sup> 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.

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

#### Exigence(s) d'ordre linguistique

Toutes les personnes admises doivent posséder une très bonne connaissance de la langue française leur permettant de bien comprendre, de s'exprimer explicitement et d'écrire clairement sans fautes et de façon structurée.

Pour être admissibles à ce programme, toutes les personnes candidates doivent fournir la preuve d'une maîtrise minimale de la langue française, soit :

- par l'obtention d'une dispense, ou

- par l'atteinte du niveau C2 (résultat égal ou supérieur à 600 sur 699) aux quatre compétences fondamentales (compréhension orale, compréhension écrite, production orale, production écrite) à l'un des tests reconnus par l'Université de Sherbrooke.

Les détails relatifs aux motifs de dispense ou aux tests reconnus par l'Université de Sherbrooke sont [disponibles ici](#).

Si, par ailleurs, pendant le cheminement d'une étudiante ou d'un étudiant, des faiblesses linguistiques en français sont constatées, la direction du programme peut imposer la réussite d'une ou plusieurs activités pédagogiques de mise à niveau. Ces activités, sous la responsabilité du Centre de langues de l'Université, sont non contributoires au programme.

## Document(s) requis pour l'admission

Pour la personne détentrice d'un grade de 1<sup>er</sup> 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<sup>er</sup> 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 complet ou à temps partiel

Le trimestre d'été est généralement offert à temps partiel. Les personnes étudiantes peuvent suivre des activités pédagogiques pour s'avancer dans leur programme si elles le souhaitent et si des activités sont proposées.

# 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.

## Les 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

### FACULTÉ OU 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

\* 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 stratégique

COM803 - Stratégies de création en communication

## Sommaire

### CYCLE

2e cycle

### CRÉDITS

3 crédits

### FACULTÉ OU 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

\* 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 stratégique

COM805 - Stratégies de communication en organisation

## Sommaire

### CYCLE

2e cycle

### CRÉDITS

3 crédits

### FACULTÉ OU CENTRE

Faculté des lettres et sciences humaines

### Cible(s) de formation

Comprendre et analyser, en mobilisant divers concepts, les enjeux de communication et le rôle des interactions en contexte organisationnel. Étudier les acteurs et les flux communicationnels en organisation. Développer des stratégies de communication prenant en compte les composantes internes et externes de l'organisation.

### Contenu

Analyse et planification stratégique de la communication en contexte organisationnel, flux et réseaux de communication, enjeux communicationnels liés à l'identité et à la réputation, communication interne.

### Équivalente(s)

CRM805

\* 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 stratégique

COM807 - Stratégies de communication politique

## Sommaire

### CYCLE

2e cycle

### CRÉDITS

3 crédits

### FACULTÉ OU 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

\* 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 stratégique

COM808 - Communication stratégique internationale

## Sommaire

### CYCLE

2e cycle

### CRÉDITS

3 crédits

### FACULTÉ OU 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

\* 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 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.

## 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

COM811 - Gestion de projets en communication

## Sommaire

### CYCLE

2e cycle

### CRÉDITS

3 crédits

### FACULTÉ OU 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

\* 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

USherbrooke.ca/admission

communication et stratégies médias

Microprogramme de 2e cycle en communication stratégique

COM812 - Recherche en communication stratégique

## Sommaire

### CYCLE

2e cycle

### CRÉDITS

3 crédits

### FACULTÉ OU 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)

ou

(COM851)

\* 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 stratégique

COM815 - Analyse stratégique des publics

## Sommaire

### CYCLE

2e cycle

### CRÉDITS

3 crédits

### FACULTÉ OU 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

\* 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 stratégique

COM818 - Stratégies de communication interne

## Sommaire

### CYCLE

2e cycle

#### CRÉDITS

3 crédits

#### FACULTÉ OU 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

\* 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 stratégique

COM819 - Planification et créativité stratégiques

### Sommaire

#### CYCLE

2e cycle

#### CRÉDITS

3 crédits

#### FACULTÉ OU CENTRE

Faculté des lettres et sciences humaines

#### Cible(s) de formation

Développer une compréhension appliquée et globale du processus de planification stratégique en communication à travers un vaste éventail d'outils pratiques, de techniques et de modèles. Mobiliser les notions issues de différents champs de la communication marketing afin de créer un produit créatif stratégique et novateur.

#### Contenu

Planification stratégique en communication, brief de création, données, insights, comportements, courants culturels, gestion de la créativité et de l'innovation, positionnement de marques.

\* 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 stratégique

COM820 - Industrie des médias publicitaires

### Sommaire

#### CYCLE

2e cycle

#### CRÉDITS

3 crédits

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

#### Équivalente(s)

CRM820

\* 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 stratégies médias

COM821 - Stratégie média

### Sommaire

#### CYCLE

2e cycle

#### CRÉDITS

3 crédits

#### FACULTÉ OU 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

\* 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 stratégies médias

COM822 - Achats médias

## Sommaire

### CYCLE

2e cycle

### CRÉDITS

3 crédits

### FACULTÉ OU 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

\* 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 stratégies médias

COM823 - Créativité média

## Sommaire

### CYCLE

2e cycle

### CRÉDITS

3 crédits

### FACULTÉ OU 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

\* 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 stratégies médias

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 et stratégies médias

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.

## Programmes offrant cette activité pédagogique (cours)

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

Maîtrise en communication

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

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

COM841 - Analyse des stratégies discursives

## Sommaire

### CYCLE

2e cycle

### CRÉDITS

3 crédits

### FACULTÉ OU CENTRE

Faculté des lettres et sciences humaines

## Cible(s) de formation

Comprendre et expérimenter l'analyse de discours appliquée à des productions orales, écrites, pluri-sémiotiques, émanant des professionnelles et professionnels de la communication et de la société civile. Développer sa compréhension analytique et critique des discours, de manière à envisager des transformations souhaitables dans les discours organisationnels.

## Contenu

Théories, concepts phares et démarches d'étude en analyse du discours. Choix de problématiques socialement pertinentes au regard des enjeux sociopolitiques et écologiques contemporains. Identification des dispositifs de communication, constitution de corpus aux modalités discursives hétérogènes (du point de vue de leurs sources énonciatives, des dispositifs communicationnels, des orientations sociopolitiques, des mises en discours, etc.). Appariement de méthodes et de cadres théoriques appropriés. Analyse, interprétation et retour critique sur les discours à l'étude.

\* Sujet à changement

## Programmes offrant cette activité pédagogique (cours)

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

Maîtrise en communication

COM844 - Créativité et rédaction spécialisée

## Sommaire

### CYCLE

2e cycle

### CRÉDITS

3 crédits

### FACULTÉ OU CENTRE

Faculté des lettres et sciences humaines

[USherbrooke.ca/admission](http://USherbrooke.ca/admission)

## 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

\* Sujet à changement

## Programmes offrant cette activité pédagogique (cours)

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

Maîtrise en communication

COM845 - Vulgarisation et communication efficace

## Sommaire

### CYCLE

2e cycle

### CRÉDITS

3 crédits

### FACULTÉ OU 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

\* Sujet à changement

## Programmes offrant cette activité pédagogique (cours)

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

Maîtrise en communication

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. 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

\* Sujet à changement

## Programmes offrant cette activité pédagogique (cours)

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

Maîtrise en communication

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

COM855 - Problématisation de la recherche en communication

## Sommaire

### CYCLE

2e cycle

### CRÉDITS

3 crédits

### FACULTÉ OU 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. Connaitre les équipes de professeurs pouvant encadrer les projets de recherche.

## Contenu

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

\* Sujet à changement

## Programmes offrant cette activité pédagogique (cours)

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

Maîtrise en communication

COM862 - Communication et enjeux contemporains

## Sommaire

### CYCLE

2e cycle

### CRÉDITS

3 crédits

### FACULTÉ OU CENTRE

Faculté des lettres et sciences humaines

## Cible(s) de formation

Approfondir théoriquement un enjeu complexe de société en lien avec une question spécifique d'actualité médiatique. Comprendre le rôle et l'expérience d'intervenants et intervenantes sur le terrain engagés par la problématique retenue. S'exercer à la communication scientifique publique en diffusant les résultats de ses recherches notamment auprès de la communauté qui les a alimentés.

## Contenu

Format non traditionnel de cours abordant une question de société qui a marqué l'actualité. Mise en contexte historique et théorique et conférences données par des spécialistes de la question à l'étude; rencontre d'acteurs de la société de façon à rendre compte d'un aspect spécifique du thème abordé. Préparation de la communication des résultats de l'enquête (conférence, colloque ou autre), présentée à la fin du parcours, dans la communauté (campus ou hors du campus). Participation à l'évaluation des productions des collègues.

\* Sujet à changement

## Programmes offrant cette activité pédagogique (cours)

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

Maîtrise en communication

## COM873 - Éthique et déontologie

### Sommaire

#### CYCLE

2e cycle

#### CRÉDITS

1 crédit

#### FACULTÉ OU CENTRE

Faculté des lettres et sciences humaines

#### FACULTÉ OU CENTRE

Faculté des lettres et sciences humaines

Juger la stratégie de RSE des discours organisationnels jusqu'aux actions et à leur incidence sur l'environnement et la société.

### Cible(s) de formation

Comprendre et comparer les principales dispositions juridiques en Amérique du Nord et en Europe relatives à la propriété intellectuelle et à la communication. Reconnaître les divers aspects légaux entourant la pratique professionnelle en communication. Analyser les impacts juridiques des choix de contenus communicationnels.

### Cible(s) de formation

Comprendre et comparer les principales dispositions juridiques en Amérique du Nord et en Europe relatives à la propriété intellectuelle et à la communication. Reconnaître les divers aspects légaux entourant la pratique professionnelle en communication. Analyser les impacts juridiques des choix de contenus communicationnels.

### Contenu

Présentation des concepts théoriques propres à la communication stratégique; étude du processus de reconnaissance et de résolution d'un dilemme éthique selon les modalités de l'éthique appliquée. Réflexion sur les principaux problèmes éthiques qui se posent en communication en contexte international.

### Contenu

Notions juridiques relatives à la création et à la diffusion de campagnes de communication, droits d'auteur, droit à l'image, atteinte à la réputation (diffamation), réglementations en matière de protection des données et de la vie privée.

\* 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 stratégique](#)

### 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 stratégique](#)

### COM874 - Aspects légaux de la communication internationale

### Sommaire

#### CYCLE

2e cycle

#### CRÉDITS

1 crédit

### Sommaire

#### CYCLE

2e cycle

#### CRÉDITS

1 crédit

#### FACULTÉ OU CENTRE

Faculté des lettres et sciences humaines

### Cible(s) de formation

Définir les indicateurs de la performance et de la maturité d'une stratégie de responsabilité sociale d'entreprise (RSE).

### Contenu

Outil méthodologique permettant de distinguer une stratégie légitime de RSE d'un stratagème : RSE; stratégie; stratagème; communication; évaluation; parties prenantes; discours; performance; réputation.

\* 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 stratégique](#)

### COM876 - Communication, créativité et organisations

### Sommaire

#### CYCLE

2e cycle

#### CRÉDITS

3 crédits

#### FACULTÉ OU CENTRE

Faculté des lettres et sciences humaines

### Cible(s) de formation

Saisir les enjeux communicationnels associés à l'innovation et à la créativité dans les organisations. Comprendre les différentes formes organisationnelles propres à l'émergence de la créativité et l'apport de la communication dans la circulation de la créativité et la diffusion d'innovations. Comprendre l'impact de la créativité sur les différentes formes de communication publique. Maîtriser les outils méthodologiques pour observer la créativité dans les organisations.

### Contenu

Courants de pensée en innovation et cultures

organisationnelles de la créativité. Formes et défis des organisations créatives. Facilitateurs et inhibiteurs intrapersonnels, interpersonnels et organisationnels de la créativité. Flux communicationnel et valorisation de la créativité. Outils et méthodes d'observation et d'analyse de la créativité organisationnelle.

\* 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 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

[USherbrooke.ca/admission](http://USherbrooke.ca/admission)

« 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

COM878 - Stratégies de communication des risques

## Sommaire

### CYCLE

2e cycle

### CRÉDITS

3 crédits

### FACULTÉ OU CENTRE

Faculté des lettres et sciences humaines

### PARTICULARITÉS

Cours offerts à tous

## Cible(s) de formation

Analyser les enjeux stratégiques internes et externes reliés à la communication des risques pour une organisation. Comprendre l'impact des flux communicationnels. Comprendre la typologie des risques spécifiques à différents types d'organisation. Comprendre le rôle et l'impact des risques dans la gestion stratégique de la communication. Recommander des actions de communication stratégiques pour la prévention et l'atténuation des risques.

## Contenu

Développement et évolution des risques. Confiance. Réputation. Parties prenantes.

Enjeux et risques : naturels, industriels, technologiques, sanitaires, humanitaires, politiques, environnementaux et liés aux conflits.

\* Sujet à changement

## Programmes offrant cette activité pédagogique (cours)

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

COM879 - Stratégies de communication de crise

## Sommaire

### CYCLE

2e cycle

### CRÉDITS

3 crédits

### FACULTÉ OU CENTRE

Faculté des lettres et sciences humaines

## Cible(s) de formation

Reconnaitre les enjeux stratégiques de communication internes et externes reliés à la gestion de crise. Comprendre les niveaux de crise. Repérer les publics et les personnes vulnérables d'une crise. Analyser les stratégies communicationnelles de réponses à la crise. Recommander des stratégies de restauration d'images et de réputation.

## Contenu

Présentation des différents modèles théoriques. Typologie des crises. Stratégies de communication de crise. Stratégies médiatiques. Stratégies sionumériques. Gestion de l'image et de la réputation. Parties prenantes. Intervention.

\* 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 stratégique

CRM835 - Intervention en multimédia

### Sommaire

#### CYCLE

2e cycle

#### CRÉDITS

3 crédits

#### FACULTÉ OU 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.

## Programmes offrant cette activité pédagogique (cours)

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

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).

## 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

CRM840 - Écrits professionnels

### Sommaire

#### CYCLE

2e cycle

#### CRÉDITS

3 crédits

#### FACULTÉ OU 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.

## Programmes offrant cette activité pédagogique (cours)

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

CRM842 - Argumentation et persuasion à l'écrit

### Sommaire

#### CYCLE

2e cycle

#### CRÉDITS

3 crédits

#### FACULTÉ OU 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.

## Programmes offrant cette activité pédagogique (cours)

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