

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 22 novembre 2023. 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

TRIMESTRES D'ADMISSION

Automne, Hiver, Été

RÉGIME DES ÉTUDES

Régulier

RÉGIMES D'INSCRIPTION

Temps complet, Temps partiel

LIEU

Campus de Longueuil

PARTICULARITÉS*

Ouvert aux personnes étudiantes
internationales en régime régulier

Ouvert aux personnes étudiantes
internationales 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 :

- 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 |
| 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 |
| 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 |

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 |
|--------------------------------|---|
| 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

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^{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 :

USherbrooke.ca/admission

- Tous les relevés de notes universitaires et diplômes
- Deux lettres de recommandation selon le [formulaire lettre de recommandation](#)
 - Aucune lettre de recommandation requise pour les étudiantes et étudiants de l'Université de Sherbrooke qui ont complété au moins un cours en communication
- Une lettre de motivation
- Un curriculum vitae démontrant une expérience minimale de 5 ans en communication

RÉGIME(S) 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.

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/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

Programmes offrant cette activité pédagogique (cours)

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

Maîtrise en communication

USherbrooke.ca/admission

Microprogramme de 2e cycle en communication stratégique

COM803 - Stratégies de création en communication

Sommaire

CYCLE

2e cycle

CRÉDITS

3 crédits

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

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/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

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/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

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/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

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

technologies émergentes

Sommaire

CYCLE

2e cycle

CRÉDITS

3 crédits

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

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

COM809 - Enjeux des

COM811 - Gestion de

projets en communication

Sommaire

CYCLE

2e cycle

CRÉDITS

3 crédits

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

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

Microprogramme de 2e cycle en communication stratégique

COM812 - Recherche en
USherbrooke.ca/admission

communication stratégique

Sommaire

CYCLE

2e cycle

CRÉDITS

3 crédits

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)

ou

(COM851)

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/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

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/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

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/CENTRE

Faculté des lettres et

USherbrooke.ca/admission

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.

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/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

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/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

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/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

USherbrooke.ca/admission

(budget, exécution, performance).

Équivalente(s)

CRM822

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/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

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/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

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

COM830 - Gestion de projets en communication numérique

Sommaire

CYCLE

2e cycle

CRÉDITS

3 crédits

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

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/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 plateforme).

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/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

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/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

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

USherbrooke.ca/admission

2e cycle

CRÉDITS

3 crédits

FACULTÉ/CENTRE

Faculté des lettres et sciences humaines

Cible(s) de formation

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

Contenu

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

Équivalente(s)

CRM838

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

COM844 - Créativité et rédaction spécialisée

Sommaire

CYCLE

2e cycle

CRÉDITS

3 crédits

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

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/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

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/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

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/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

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

COM855 - Problématisation de la recherche en communication

Sommaire

CYCLE

2e cycle

CRÉDITS

3 crédits

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.

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/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.

Programmes offrant cette activité pédagogique

USherbrooke.ca/admission

(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/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. S'initier aux principes et au processus guidant l'éthique appliquée en matière de communication publique.

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.

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

FACULTÉ/CENTRE

Faculté des lettres et sciences humaines

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

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.

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

COM875 - Responsabilité sociale des entreprises

Sommaire

CYCLE

2e cycle

CRÉDITS

1 crédit

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

Contenu

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

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/CENTRE

Faculté des lettres et sciences humaines

USherbrooke.ca/admission

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.

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/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.

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/CENTRE

Faculté des lettres et sciences humaines

PARTICULARITÉS

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.

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

COM879 - Stratégies de communication de crise

Sommaire

CYCLE

2e cycle

CRÉDITS

3 crédits

FACULTÉ/CENTRE

Faculté des lettres et sciences humaines

Cible(s) de formation

Reconnaître 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 socionumériques. Gestion de l'image et de la réputation. Parties prenantes. Intervention.

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/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/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

CRM840 - Écrits professionnels

Sommaire

CYCLE

2e cycle

CRÉDITS

3 crédits

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.

Programmes offrant cette activité pédagogique (cours)

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

CRM841 - Analyse des stratégies discursives

Sommaire

CYCLE

2e cycle

CRÉDITS

3 crédits

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.).

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/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
