

COM 263 ANALYTIQUE WEB
(3 crédits)

PRÉALABLE : COM 263 Analytique Web

Nombre limite : 45 étudiantes ou étudiants

DESCRIPTEURS :

Objectifs : Acquérir les connaissances nécessaires à l'évaluation des performances d'une stratégie de communication. Apprendre à choisir et à utiliser des outils permettant de mesurer l'efficacité de tactiques de communications. Apprendre à analyser les données de trafic web et des informations circulant sur les réseaux sociaux. Développer les compétences nécessaires à la visualisation et la réalisation de tableaux de bord à partir de données multiplateformes.

Contenu : Introduction aux méthodes et aux outils nécessaires à la cueillette d'informations relatives au trafic web et aux échanges sur les réseaux sociaux. Apprentissage d'applications permettant l'analyse et la visualisation de ces informations. Études de cas et applications concrètes des apprentissages à des stratégies de communication numériques sur le terrain.

AUTRES INFORMATIONS GÉNÉRALES

Pour vérifier si cette activité pédagogique est offerte à la présente session, consulter l'horaire sur le site du Département de communication à la rubrique Étudiants actuels (www.usherbrooke.ca/dep-com/etudiants-actuels).

COM 263 ANALYTIQUES WEB

Objectifs spécifiques

Comprendre le vocabulaire et les concepts de statistiques et d'analyse qualitative et quantitative reliés aux différentes métriques utilisées dans la mesure de la performance d'une campagne de communication.

Développer une capacité d'analyse, de visualisation des données et de vulgarisation de ces dernières dans le but de contribuer aux choix stratégiques d'une organisation en matière de communication.

S'initier aux outils de cueillette et d'analyse de données visant à faciliter la compréhension des comportements des audiences des sites web et des réseaux sociaux.

Précisions sur le contenu

Mesurer l'efficacité d'une campagne web. Analyser les performances d'un site et les taux de conversion. Détecter des problèmes de convivialité. Définir des profils d'utilisateurs. Mesurer l'efficacité et la rentabilité des différents canaux de communication (courriel, site web, réseaux sociaux, mobiles, etc.). Présenter des résultats sous forme de tableaux de bord.

Approche pédagogique

Le cours consiste à la fois en des exposés magistraux, des exercices pratiques et des études de cas. L'étudiante, l'étudiant doit également effectuer des recherches et lire quelques textes théoriques.

Évaluation

Exercices pratiques, examen et travail de session.

Bibliographie

À venir.