

**COM812 RECHERCHE EN COMMUNICATION STRATEGIQUE
(3 crédits)**

PRÉALABLE : aucun

Nombre limite : 25 étudiants

DESCRIPTEURS :

Objectifs : 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

AUTRES INFORMATIONS GÉNÉRALES

Ce cours a lieu au campus Longueuil de l'Université de Sherbrooke.

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).

COM812 RECHERCHE EN COMMUNICATION STRATEGIQUE

Précisions sur le contenu

Le contenu du cours se divise en quatre blocs. Lors des deux premières séances, l'enseignant présentera la planification pédagogique du cours, les modalités d'évaluation du cours ainsi que la dualité entre les approches déductives et inductives. Afin de contribuer à l'appropriation du contenu, des exercices seront réalisés afin d'illustrer les positionnements épistémologiques sous-jacents aux approches. Deux logiciels d'analyse pertinents seront présentés lors de ces deux séances, soit SPSS et NVivo.

Lors du deuxième bloc (cours 3, 4, 5 et 6), un projet de recherche et d'analyse stratégique portant sur la communication dans les organisations sera réalisé. Des enseignements concernant les entretiens de recherche inductifs, le codage ouvert, le codage axial, le codage coaxial et la théorisation enracinée seront présentés. Des exercices directement liés au projet seront réalisés en classe. Ce bloc se solde par la remise d'un rapport et par une présentation orale.

Lors du troisième bloc (cours 7, 8, 9 et 10), un projet de recherche et d'analyse stratégique portant sur la communication événementielle sera réalisé. Des enseignements concernant l'analyse déductive par sondage, la création de sondage, les techniques d'administration de sondage et l'analyse de données statistiques seront présentés. Des exercices directement liés au projet seront réalisés en classe. Ce bloc se solde par la remise d'un rapport et par une présentation orale.

Lors du dernier bloc (cours 11, 12, 13, 14 et 15), un projet de recherche et d'analyse stratégique portant sur la communication médiatique sera réalisé. Des enseignements concernant l'analyse mixte de discours de presse, la création d'une base de données, la création d'une grille d'analyse à l'aide d'analyses inductives, l'application déductive de catégories inductives et la présentation de résultats mixtes seront présentés. Des exercices directement liés au projet seront réalisés en classe. Ce bloc se solde par la remise d'un rapport et par une présentation orale.

Approche pédagogique

Les enseignements du cours visent à aider les étudiants à :

-Acquérir une connaissance générale théorique et méthodologique quant aux principaux modèles de recherche en communication. Pour ce faire, seront présentés durant les cours : la principale dualité dans les positionnements épistémologiques en recherche et des exercices pratiques visant à faire l'expérience des ces divers positionnements.

-Se familiariser avec les procédures de recherche et d'analyse stratégique prototypiques aux différents secteurs des communications. Les volets couverts par ce cours sont : communication et organisation, communication et événement et communication et médias. Ainsi, les étudiants vont être appelés à développer des capacités leur permettant d'animer et d'analyser des

COM812 RECHERCHE EN COMMUNICATION STRATEGIQUE

entretiens, de créer, de distribuer et d'analyser des sondages, de construire et d'analyser un corpus composé de discours médiatiques.

-Développer une réflexion critique face aux découvertes effectuées lors d'un processus de recherche. Les étudiants devront mobiliser et défendre des travaux scientifiques selon la pertinence de ceux-ci avec les orientations ou les résultats de leurs démarches. Des projets de recherche seront d'ailleurs présentés en classe et les étudiants devront se positionner face à ceux-ci.

Les cours reposeront sur des exposés magistraux illustrés par des diapositives et intégreront également des exercices réalisés en classe portant sur la matière présentée. Les étudiants seront appelés à travailler sur trois différents projets lors des séances. La planification pédagogique est d'ailleurs structurée en fonction des étapes des trois projets.

L'approche pédagogique préconisée pour les exercices est guidée par les prémisses de la tradition de l'« apprentissage expérientiel » (Kolb, 1984). La pédagogie sera donc composée (autant que possible) de phases :

- 1-D'expériences pratiques réalisées par les étudiants
- 2-D'explicitations quant à la signification des expériences
- 3-D'explications quant aux théories pertinentes face aux expériences vécues
- 4- De mise en commun entre les savoirs pratiques et les savoirs théoriques

Évaluation

Évaluations (à réaliser individuellement)

Blocs	Dates	Titres	Pondérations*
Bloc 2 (Analyse inductive de données portant sur les communications d'une organisation) 35%	30/01/18	Remise de la transcription	5%
	13/02/18	Présentation orale	15%
	13/02/18	Remise du rapport	15%
Bloc 3 (Analyse déductive de données concernant un évènement) 30%	20/03/18	Présentation orale	15%
	20/03/18	Remise du rapport	15%
Bloc 4 (Analyse mixte de discours médiatiques) 35%	10/04/18	Remise de la grille d'analyse	5%
	24/04/18	Présentation orale	15%
	24/04/18	Remise du rapport	15%

*Pour les évaluations qui comportent des portions écrites, une part de 20% de la note peut être enlevée en raison des fautes de français.

Bibliographie

COM812 RECHERCHE EN COMMUNICATION STRATEGIQUE

Une bibliographie sélective sera distribuée au premier cours.