

**COM838 STRATÉGIES DE COMMUNICATION NUMÉRIQUE  
(3 crédits)**

**PRÉALABLE :** aucun

**Nombre limite :** aucun

---

---

**DESCRIPTEURS :**

**Objectifs :** 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.

**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](http://www.usherbrooke.ca/dep-com/etudiants-actuels)).

## COM838 STRATÉGIES DE COMMUNICATION NUMÉRIQUE

### Précisions sur le contenu

Le cours permettra aux étudiants de mieux comprendre et analyser le rôle des médias numériques et des plateformes émergentes au sein d'une stratégie de communication intégrée. Il permettra à l'étudiant d'avoir une connaissance approfondie de l'ensemble des possibilités qu'offre le numérique. Il sera exposé aux forces et faiblesses de chacune de ces possibilités, ainsi que les budgets requis pour y démarrer une campagne de communication. Pour chacune, l'étudiant verra aussi les opportunités qu'elle offre dans un contexte de communication à 360 degrés.

Le cours est orienté de manière à permettre à l'étudiant d'acquérir des connaissances théoriques, de mettre en pratique ses notions acquises et finalement, développer une réflexion stratégique sur les meilleurs médias et options numériques à sa disposition lui permettant d'atteindre ses objectifs de communication. Ceci se concrétise en voyant les médias numériques et les plateformes émergents de multiples points de vue, en s'arrêtant sur les considérations pertinentes et les interrelations.

L'étudiant, qu'il soit (ou évolue après ses études) du côté client ou agence, développera au sein du cours les outils et connaissances pour analyser et proposer des concepts intégrant une portion médias numériques ainsi que d'évaluer le potentiel de retour sur investissement et la pertinence de l'utilisation de ses médias dans le mix-communicationnel complet.

### Approche pédagogique

- Exposés magistraux
- Débats sur divers sujets plus complexes des médias numériques.
  - 2 équipes débâteront par cours sur 1 sujet.
  - La liste des sujets et dates sera présentée au premier cours et les équipes seront confirmées au 2<sup>e</sup> cours.
- Discussions sur les médias numériques dans l'actualité spécialisée.
  - 1 ou 2 nouvelles apportées à chaque classe pour présenter le sujet et ses impacts sur les façons de faire courantes.
- Conférenciers
- Lectures et discussions critiques
- Ateliers pratiques / exercices
- ~~Projet de groupe : proposition d'un plan de communication numérique à partir d'un brief.~~
  - Mise en pratique : création d'un site web simple (gratuit), connexion aux outils de mesure et médias sociaux, référencement, contenu marketing et mesure
  - En équipe de 4

## COM838 STRATÉGIES DE COMMUNICATION NUMÉRIQUE

### Évaluation

Titre de l'évaluation	Individuelle ou en équipe	Date de remise	Pondération
Débat	Équipe	2 équipes par cours entre les cours 3 et 14	20 %
Quiz mi-étape	Individuelle	Cours 7	30 %
Participation au volet « nouvelles » des classes	Individuelle	À chaque cours entre le #2 et #14	10 %
Projet de groupe	Équipe	Cours #13	40 %

### Bibliographie

Une bibliographie sélective sera distribuée au premier cours.