

CRM873 STRATEGIES DE COMMUNICATIONS NUMERIQUES
(2 crédits)

PRÉALABLE : aucun

Nombre limite : aucun

DESCRIPTEURS :

Objectifs : Évaluer, utiliser et intégrer les plateformes numériques de diffusion dans les stratégies de communication marketing de niveau élaboré. Développer une expertise analytique en regard de l'évaluation des stratégies d'élaboration, de scénarisation, de production, de rédaction et de présentation des contenus numériques.

Contenu : Analyse des étapes d'une stratégie de contenu (audit et planification, création, diffusion, gestion et mesure). Évaluation des contraintes reliées à la production et à la valorisation de contenus numériques. Production de contenus numériques (blogues et billets). Gestion des enjeux associés aux nouvelles plateformes de diffusion (Internet, réseaux sociaux numériques, mobile, applications, etc.). Migration et intégration des plateformes traditionnelles vers les plateformes de diffusion numérique.

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) ou vous rendre au babillard situé au 2^e étage du campus Longueuil (150, place Charles-Le Moyne, Longueuil).

CRM873 STRATÉGIES DE COMMUNICATION NUMÉRIQUE

Précisions sur le contenu

Le cours permettra aux étudiants de mieux comprendre et d'analyser le rôle des médias numériques et des plates-formes émergentes au sein d'une stratégie de communication intégrée. Entre autres, il permettra à l'étudiant d'avoir une connaissance approfondie de l'ensemble des plates-formes numériques, de leurs forces et faiblesses, des budgets requis ainsi que des opportunités qu'elles offrent dans un contexte de communication marketing à 360 degrés.

Le cours est orienté de manière à permettre à l'étudiant d'acquérir des connaissances théoriques et, par la suite, de mettre en pratique ces notions. Finalement, il lui permettra de développer une réflexion stratégique sur les meilleurs médias numériques mis à sa disposition lui permettant d'atteindre ses objectifs de communication marketing.

Qu'il soit un client ou qu'il évolue en agence, l'étudiant développera les outils et les connaissances pour analyser ou proposer des concepts intégrant une portion de médias numériques.

Le cours portera aussi une attention particulière au niveau des stratégies d'élaboration, de scénarisation, de production, de rédaction et de présentation des contenus numériques. L'étudiant par exemple pourra cerner les grands enjeux reliés aux contenus en fonction des plateformes (responsive, site mobile, réseaux sociaux, etc.) et développer les compétences pour mettre en place des contenus pertinents et efficaces sur les médias numériques.

Approche pédagogique

- Exposés magistraux
- Études de cas analysées, interprétées et présentées par les étudiants au groupe
- Conférenciers, présentations et analyses d'études de cas
- Lectures et discussions critiques
- Ateliers pratiques

Évaluation

- EV1** – (30%) Remise de 3 analyses critiques de projets incluant des médias numériques.
- EV2** – (10%) Rapport de vigie stratégique relié au EV3.
- EV3** – (30%) Développement d'une stratégie intégrant les médias émergents, le mobile et une stratégie de contenu dans le cadre du projet de session. (Travail d'équipe)
- EV4** – (10%) Présentation orale sous forme de « pitch » de votre stratégie intégré.
- EV5** – (20%) Lectures et participations actives aux discussions + ateliers pratiques. (Les lectures seront évaluées sous la forme de tests-surprises à différents moments au cours de la session).

CRM873 STRATÉGIES DE COMMUNICATION NUMÉRIQUE

Bibliographie

Une bibliographie sélective sera distribuée au premier cours.