Responsable de programme: Mireille Lalancette

Bureau du registraire

819 376-5011, poste 3844

1 800 365-0922 ou 819 376-5045

www.uqtr.ca

Grade: Maître ès arts (M.A.)**Crédits: 45****Note**

Programme par cumul. Il n'est pas possible de déposer de demande d'admission à ce programme. Il s'agit d'un cheminement conduisant à l'obtention d'un grade de maîtrise par cumul (M.A)

Afin de pouvoir obtenir le grade de maîtrise par cumul en communication et médias numériques, l'étudiant doit remplir le formulaire du Registrariat (voir Autres renseignements) après avoir complété un des programmes admissibles à l'un des cheminements autorisés (voir au bas). Les programmes doivent être complétés à l'intérieur d'un délai de 10 ans.

Présentation**En bref**

Les étudiant.e.s de ce programme suivront un programme composé majoritairement de cours. Ces cours sont axés sur la communication sociale et l'univers numérique.

Dans le contexte actuel marqué par l'importance des communications écrites et numériques et par la nécessité de développer une image de marque pour se distinguer et ce, autant dans le monde des affaires que dans celui des médias ou bien des organisations sans but lucratif (OSBL) et des personnalités publiques, il est important de maîtriser autant la communication que le marketing et les médias numériques.

C'est l'objectif de ce programme de 2e cycle. Les étudiant.e.s qui suivent cette formation pourront se distinguer grâce une approche novatrice mariant les connaissances en communication avec celles en marketing dans le monde du numérique deux disciplines offrant une belle complémentarité.

Le programme permet de marier la perspective communicationnelle avec les perspectives marketing et de culture et numérique.

La communication est la spécialité qui aborde les thèmes actuels liés aux publics, aux médias, à la politique et à l'évaluation des stratégies de communication sociales, organisationnelles, médiatiques ou numériques. L'équipe professorale y aborde le monde en adoptant une approche communicationnelle laquelle permet d'offrir une perspective riche, innovante et audacieuse sur des objets comme la publicité, la politique, la culture, par exemple.

Tandis que le marketing numérique est la spécialité qui aborde des thèmes actuels que sont la stratégie marketing, la gestion des systèmes d'information, le commerce électronique et la découverte du monde des données ou analytique. L'étudiant.e entre en contact avec une équipe d'enseignant.e.s et de spécialistes qui a comme seule ambition d'offrir une formation à la fine pointe des connaissances. Cette équipe travaille sur des sujets variés, notamment, l'impact et l'utilisation des médias sociaux, la transformation numérique, la relation-client, le socio-financement, la publicité en ligne et bien davantage.

Le programme court en culture et numérique offre un ensemble intégré de connaissances, de formations et de pratiques visant à développer des compétences et des habiletés dans les domaines des études littéraires et de la culture numérique tels que, l'analyse et la production de textes, la communication, la création littéraire, l'expérimentation approfondie de corpus littéraires, la réflexion sur les théories, les méthodes et les pratiques du numérique en culture, l'étude de dispositifs numériques propres au domaine de la culture.

Plusieurs des cours sont offerts en formule exécutive, 3 vendredis et 3 samedis par trimestre sur 6 semaines.

Objectifs du programme**Marketing numérique:**

- Mettre en lumière les principaux enjeux afférents à la gestion stratégique du marketing numérique et à la mise en oeuvre du

commerce électronique.

- Collecter et organiser les informations sur les consommateurs afin de construire une base de données en marketing et d'élaborer un système de gestion de la relation client efficace.
- Mettre en oeuvre des solutions en marketing analytique pour promouvoir les décisions liées au marketing.
 - Utiliser les applications statistiques afin de travailler avec des bases de données en marketing, de les représenter graphiquement et d'en faire une analyse statistique complexe.
 - Surmonter des défis liés au marketing au moyen des technologies de l'information, de l'utilisation des outils et des logiciels spécialisés en analytique de données, et en exploration de données (massives) en vue de soutenir la stratégie du marketing.

Culture et numérique

- Élargissement et approfondissement des connaissances en communication, marketing numérique et culture + numérique appuyés sur des activités de recherche diversifiées.
 - Pour les étudiant.e.s qui désirent une formation professionnalisante, ce programme offre la possibilité d'acquérir une connaissance à la fois théorique et concrète des relations entre culture et numérique, en apprenant à concevoir des dispositifs destinés aux divers publics de la littérature et de la culture.

Au final :

- Maîtrise de la communication et du marketing en lien avec les médias numériques.
- Développement d'une agilité numérique dans un contexte d'hyper-communication et de nécessité de savoir naviguer à travers l'ensemble des plateformes et des codes communicationnels qu'elles proposent.
- Devenir de meilleurs professionnels de la communication, du marketing en lien avec les médias et les enjeux liés au numérique.

Concentrations, profils, cheminements

Dans tous les cheminements car il s'agit de marier la perspective communicationnelle avec les perspectives marketing et de culture et numérique.

La communication est la spécialité qui aborde les thèmes actuels liés aux publics, aux médias, à la politique et à l'évaluation des stratégies de communication sociales, organisationnelles, médiatiques ou numériques. L'équipe professorale y aborde le monde en adoptant une approche communicationnelle laquelle permet d'offrir une perspective riche, innovante et audacieuse sur des objets comme la publicité, la politique, la culture, par exemple.

Tandis que le marketing numérique est la spécialité qui aborde des thèmes actuels que sont la stratégie marketing, la gestion des systèmes d'information, le commerce électronique et la découverte du monde des données ou analytique. L'étudiant.e entre en contact avec une équipe d'enseignant.e.s et de spécialistes qui a comme seule ambition d'offrir une formation à la fine pointe des connaissances. Cette équipe travaille sur des sujets variés, notamment, l'impact et l'utilisation des médias sociaux, la transformation numérique, la relation-client, le socio-financement, la publicité en ligne et bien davantage.

Le programme court en culture et numérique offre un ensemble intégré de connaissances, de formations et de pratiques visant à développer des compétences et des habiletés dans les domaines des études littéraires et de la culture numérique tels que, l'analyse et la production de textes, la communication, la création littéraire, l'expérimentation approfondie de corpus littéraires, la réflexion sur les théories, les méthodes et les pratiques du numérique en culture, l'étude de dispositifs numériques propres au domaine de la culture.

Le cheminement en interprétation et médiation culturelle a pour objectif d'amener les étudiant.e.s à analyser, concevoir et mettre en oeuvre des plans d'interprétation et de médiation des lieux, objets et événements pour des organisations à vocation culturelle, historique et patrimoniale.

Structure du programme

L'étudiant doit compléter le programme de DESS en communication sociale (3008) ainsi que les cours relatifs au cheminement choisi. Les cours proposés dans les différents cheminements pourront être suivis via une admission au programme 0914 Cours complémentaires exigés pour l'obtention du diplôme (2e cycle).

Les cours et activités de recherche du DESS en communication sociale (3008) (24 crédits) ET

Cheminement 1- Communication et Marketing numérique

Les cours du Programme court de 2e cycle en marketing numérique (0593)

Cheminement 2- Communication et culture et numérique

Les cours du Programme court en culture et numérique (9056)

Cheminement 3 -Communication et interprétation et médiation culturelle en contexte numérique

Les cours suivants :

- COM6020 Culture, communication et publics (en ligne)
- COM6038 Approches sémiotiques pour évaluer la communication médiatisée
- CUN6001 Perspectives critiques sur la culture et le numérique
- CUN6002 Dispositifs numériques et publics de la culture
- MKA6004 WEB analytique

Et pour terminer son programme , le cours suivant, qui pourra être suivi comme étudiant libre, ou via une admission au programme 0914 Cours complémentaires exigés pour l'obtention du diplôme (2e cycle) .

COM6045 : Projet d'intégration : communication et médias numériques (6 crédits)

Avenir : Carrière et débouchés

Chercheur institutionnel

Agent de programme au gouvernement

Chargé de cours en communication à l'université

Professeur de communication au collégial

Responsable de la communication internationale

Responsable de la communication sociale

Responsable de la communication publique

Lobbyiste

Directeur de la communication

Attaché de presse

Chargé de communication

Agent d'information

Agent de communication

Agent de publicité

Attaché de presse

Attaché politique

Expert-conseil

Consultant

Organisateur d'événements

Rédacteur

Spécialiste en organisation d'événements

chargé de projets (numérisation, expositions et médiation), conseiller culturel, commissaire d'expositions, spécialiste des communications, responsable de collections, spécialiste de l'accès et du traitement documentaire, spécialiste des activités éducatives, professionnel des métiers de l'information, des services culturels ou de l'édition.

Travail dans le domaine du marketing en entreprise ou au gouvernement.

Travail dans les start-up et les pépinières de talent.

Travail dans les musées et organismes culturels.

Travail dans les ONG et OSBL.

Compétences, exigences de formation

Public cible :

- Les étudiant.e.s qui terminent leur baccalauréat en communication, en marketing ou dans une discipline connexe et qui veulent aller plus loin en développant des connaissances plus spécialisées dans le domaine de la communication et du marketing.
- Les étudiant.e.s qui cherchent à se spécialiser dans ce domaine au 2e cycle.
- Les étudiant.e.s qui veulent faire des études supérieures, mais pas nécessairement un profil recherche (mémoire).

- Les gens sur le marché du travail qui veulent poursuivre au 2e cycle et qui veulent des cours et non réaliser un profil recherche.

Note importante : ces étudiant.e.s constituent une clientèle différente et distincte de celle du MBA profil gestion de la communication plus axée sur la maturité de ses étudiant.e.s et leur implantation dans des milieux de travail où le développement de compétences avancées en gestion devient l'objectif principal.

Avec le profil communication et marketing nous visons plus les gens qui «pratiquent» ou veulent «faire» de la communication et du marketing et devenir des experts ou des expertes du domaine.

Atouts UQTR

Développer 2 cheminements qui ne se retrouvent pas ailleurs dans les universités québécoises selon notre étude de marché.

Admission

Trimestre d'admission et rythme des études

Admission à tous les trimestres.

Conditions d'admission

Études au Québec

Les étudiants doivent ainsi satisfaire aux conditions d'admission du DESS en communication sociale.

Études hors Québec

Les étudiants doivent ainsi satisfaire aux conditions d'admission du DESS en communication sociale.

Structure du programme et liste des cours

Autres renseignements

La demande d'obtention du grade sera sous la responsabilité de l'étudiant qui devra déposer le formulaire à cet effet au Registrariat avant la fin du dernier programme admissible pour le cumul. L'étudiant devra avoir rempli toutes les conditions nécessaires à l'obtention d'un grade de maîtrise, tel que précisé au Règlement des études de cycles supérieurs. Ces conditions sont essentiellement les mêmes que pour tout type de programme de maîtrise à l'UQTR.

Pour plus d'information sur la demande d'obtention du grade, vous pouvez contacter madame Chantale Dureau.

Courriel: Chantale.Dureau@uqtr.ca