

Responsable de programme: Mireille Lalancette

Bureau du registraire

819 376-5011, poste 3844

1 800 365-0922 ou 819 376-5045

www.uqtr.ca

Crédits: 24

Présentation

En bref

Ce programme est exclusif dans le réseau des universités québécoises.

Ce programme permet d'accéder à l'un des deux programmes de maîtrise par cumul soit l'une en communication et média numérique (1975) et la maîtrise en communication en contexte de gestion (1974).

Ce programme vise à développer chez l'étudiant les habiletés professionnelles et intellectuelles permettant de comprendre les enjeux sociaux de la communication et de la médiation dans un monde en constante transformation. L'étudiant devra démontrer, par ses habiletés et ses attitudes, la maîtrise de l'acquisition, de la compréhension, de l'analyse et de la synthèse des connaissances du domaine de la communication sociale et de la médiation, plus particulièrement au regard de ses implications éthiques et sociales.

Toutes les activités de scolarité (excluant l'essai) du DESS font partie intégrante du cursus de la maîtrise en lettres (concentration en communication sociale). Conséquemment, lorsqu'un étudiant décide de continuer ses études à la maîtrise en lettres (concentration en communication sociale), il voit la scolarité du DESS en communication sociale automatiquement reconnu par le registraire de l'UQTR.

Objectifs du programme

Les objectifs spécifiques mettent l'accent principalement sur l'acquisition des connaissances déclaratives, procédurales et conditionnelles de base requises pour les fonctions prévues dans le domaine professionnel en cause.

A la fin du programme, l'étudiant pourra :

- S'orienter dans la littérature philosophique, sociologique, communicationnelle, anthropologique et juridique pour instrumenter les questions liées à des problématiques contemporaines de communication sociale.
- Saisir l'importance actuelle pour tout praticien de définir une posture éthique consciente des enjeux culturels, sociaux et politiques.
- Caractériser les enjeux et les problématiques liés aux pratiques de médiation entre les acteurs sociaux impliqués dans des projets de développement collectif (local, régional, national ou international).
- Posséder une lecture approfondie de la réalité sociale dans une perspective de communication sociale.
- Acquérir une vision synthétique et critique du champ de la communication sociale dans un contexte de médiation mettant en scène différents éléments de la sphère publique.
- Connaître la démarche de recherche quantitative ou qualitative appliquée dans les études d'évaluation de besoins ou les études de marché.
- Explorer les stratégies d'intervention nécessaires à la mise en oeuvre d'une médiation sociale.

Avenir : Carrière et débouchés

Poursuivre au troisième cycle (doctorat)

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

Atouts UQTR

Ce programme est exclusif à l'UQTR.

La recherche dans le domaine

Pour de l'information sur les ressources professorales et la recherche, veuillez consulter le site du Département de lettres et communication sociale.

Admission

Trimestre d'admission et rythme des études

Automne et hiver.

Ce programme est offert à temps partiel et à temps plein.

Conditions d'admission

Études au Québec

Base universitaire

Être titulaire d'un baccalauréat en communication sociale, ou l'équivalent, obtenu avec une moyenne cumulative d'au moins 3,2 (sur 4,3) ou encore d'un baccalauréat obtenu dans une discipline en sciences sociales.

Les étudiants dont la moyenne est entre 2,8 et 3,2 sur 4,3 pourront déposer une demande d'admission qui sera étudiée par le responsable de programme. Les étudiants provenant de programmes des sciences humaines ou des sciences sociales pourraient devoir suivre une formation d'appoint ou encore une propédeutique. Les admissions à ce programme se font sur une base individuelle, après évaluation par le sous-comité des cycles supérieurs en communication sociale.

Base expérience

Posséder les connaissances requises, une formation appropriée et une expérience jugée pertinente.

Le candidat qui ne possède pas toutes les connaissances requises pour accéder au programme pourra se voir imposer des cours d'appoint (maximum de 9 crédits) ou l'obligation de réussir un programme de propédeutique.

Études hors Québec

Ce programme est offert aux candidats hors Québec et internationaux.

Base études hors Québec

Être détenteur d'un grade de premier cycle universitaire (baccalauréat nord-américain, licence, selon le système LMD, un diplôme de master 1) ou avoir réussi une formation jugée équivalente par le comité d'admission dans le domaine de la communication, réussi avec une moyenne de 13/20 ou l'équivalent.

Les étudiants dont la moyenne est entre 12/20 et 13/20 pourront déposer une demande d'admission qui sera étudiée par le responsable de programme. Des documents complémentaires (lettre d'intention, court essai, ou autres) pourraient être exigées dans le cadre de cette analyse.

Les candidats provenant de programmes des sciences humaines ou des sciences sociales pourraient devoir suivre une formation d'appoint ou encore une propédeutique. Les admissions à ce programme se font sur une base individuelle, après évaluation par le sous-comité des cycles supérieurs en communication sociale.

Base expérience

Posséder les connaissances requises, une formation appropriée et une expérience jugée pertinente.

Le candidat qui ne possède pas toutes les connaissances requises pour accéder au programme pourra se voir imposer des cours d'appoint ou l'obligation de réussir un programme de propédeutique.

Modalités de sélection des candidatures

Le Comité utilise habituellement le mode de sélection suivant: l'étude du dossier académique de l'étudiant (relevés de notes); exceptionnellement, il aura recours aux critères suivants: une formation appropriée et une expérience pertinente.

Structure du programme et liste des cours

À moins d'indication contraire, un cours comporte trois (3) crédits.

Cours obligatoires (18 crédits)

COM6035 L'interculturel dans la ville, les médias et le numérique
COM6036 Communication politique et analyse des messages médiatisés
COM6037 Dialogue organisationnel et institutionnel
COM6038 Evaluer pour communiquer
COM6039 Communication numérique et en réseau
COM6043 Imaginaires, médias et nouvelles technologies

Crédits de recherche (6 crédits)

Pour réussir son programme l'étudiant doit réaliser un travail de recherche comptant pour 6 crédits.

Travail de recherche

Essai (6 crédits)

L'essai de six crédits relié à un Diplôme d'études supérieures spécialisées constitue un travail portant sur un sujet précis lié à la communication sociale. Dans un texte d'environ vingt-cinq pages, l'étudiant doit élaborer une problématique dans laquelle il démontre qu'il peut réaliser un texte argumentatif, une synthèse personnelle où il développe un point de vue original qui prend appui sur une documentation scientifique appropriée. De nature théorique, ce travail doit présenter autant les éléments qui alimentent le point de vue de l'auteur que ceux qui le contredisent ou qui, simplement, soulèvent un nouveau questionnement. Cette analyse critique des différents auteurs doit conduire l'étudiant à formuler des recommandations et une conclusion susceptibles de déboucher vers d'autres avenues de recherche ou de contribuer à la solution des problèmes de pratique professionnelle.

Autres renseignements

Règlements pédagogiques particuliers

Pour s'inscrire au cours COM6017, l'étudiant doit obtenir l'autorisation de la direction de programme.

Description des activités

COM6035 L'interculturel dans la ville, les médias et le numérique

Ce séminaire abordera d'abord la communication telle que théorisée et pensée dans différentes régions du monde et selon différentes cultures. Dans la foulée seront abordées la complexité de la communication dans la rencontre de l'Autre et la nécessité de mettre en relation les différentes visions par la communication (inter)culturelle. Ce séminaire propose en outre de développer des habiletés utiles dans une variété de contextes interculturels, que ce soit dans la vie sociale ou professionnelle, au pays ou à l'étranger. Les participants seront également amenés à se questionner sur des enjeux liés à la diversification humaine dans les villes, tels : la rencontre, les stratégies identitaires, l'intervention et la gestion. Enfin, ce séminaire mettra l'accent sur l'importance des pratiques médiatiques et numériques de personnes appartenant à des horizons culturels différents.

Dans la perspective de lier théorie et pratiques, la méthodologie de la recherche et les théories importantes du champ seront discutées; partir des pratiques ou en lien avec celles-ci.

COM6036 Communication politique et analyse des messages médiatisés

Ce séminaire abordera des problématiques relevant de l'analyse des messages médiatisés. Par le biais de l'étude de différents concepts, théories et approches, les étudiants seront en mesure de mieux appréhender les phénomènes rattachés à la médiatisation : de la communication politique à l'analyse des médias socionumériques, en passant par la presse écrite et télévisuelle, de même que la publicité. À la suite de ce séminaire, les étudiants auront développé un regard analytique, critique et pratique leur permettant d'œuvrer dans différentes organisations et d'étudier un ensemble d'enjeux politiques, culturels, sociaux et technologiques associés aux médias.

Dans la perspective de lier théorie et pratiques, la méthodologie de la recherche et les théories importantes du champ seront discutées; partir des pratiques ou en lien avec celles-ci.

COM6037 Dialogue organisationnel et institutionnel

L'objectif de ce séminaire est d'initier les étudiants à l'approche dialogique de la communication organisationnelle. Nous aborderons le fonctionnement réel des organisations comme systèmes de communication marqués par un ensemble de tensions, contradictions et paradoxes auxquels les soumettent des environnements internes et externes, eux-mêmes caractérisés par des phénomènes d'excès d'audience, de connaissances et de visions. Nous étudierons, d'une part, les stratégies de réduction de l'incertitude et de l'ambiguïté, de justification/conviction et d'hypocrisie; d'autre part, nous nous intéresserons aux stratégies dialogiques et de collaboration numérique que les organisations mettent en place pour maîtriser ces débordements. Nous examinerons en outre l'impact de celles-ci sur la coordination des acteurs, l'éthique et la responsabilité des agents et des organisations, la satisfaction des usagers et des clientèles/parties prenantes, ainsi que sur l'efficace du vivre-ensemble institutionnel.

Dans la perspective de lier théorie et pratiques, la méthodologie de la recherche et les théories importantes du champ seront discutées; partir des pratiques ou en lien avec celles-ci.

COM6038 Évaluer pour communiquer

L'objectif de ce séminaire est d'éclairer le rôle que joue l'évaluation dans la planification de la communication. À l'aide de cas concrets où des professionnels tentent d'influencer l'individu par l'entremise de la communication (par exemple, le marketing social), les étudiants seront mieux à même de comprendre la manière dont l'évaluation peut contribuer à la conception ainsi qu'à la mesure de l'impact de la communication.

Dans la perspective de lier théorie et pratiques, la méthodologie de la recherche et les théories importantes du champ seront discutées; partir des pratiques ou en lien avec celles-ci.

COM6039 Communication numérique et en réseau

Mieux comprendre l'émergence du web relationnel dans nos sociétés et surtout dans nos interactions quotidiennes constitue l'objectif premier de ce séminaire. Les étudiants auront l'occasion de se familiariser avec les principales théories sociologiques contemporaines s'intéressant à la conception, la diffusion et l'appropriation de différentes plateformes de convivialité et de sociabilité. À titre d'exemple, en vue de mieux identifier leur pertinence sociale et scientifique, nous étudierons les usages des médias sociaux par les individus, les entreprises et les différents organismes.

Dans la perspective de lier théorie et pratiques, la méthodologie de la recherche et les théories importantes du champ seront discutées; partir des pratiques ou en lien avec celles-ci.

COM6043 Imaginaires, médias et nouvelles technologies

L'objectif de ce séminaire est de réfléchir au développement des médias et des technologies numériques actuelles au prisme de la notion d'imaginaire. L'étudiant-e sera amené-e à explorer différents cas d'études portant sur les médias socionumériques, l'intelligence artificielle, les données massives (big data), les algorithmes, la réalité virtuelle, la ville intelligente, les objets connectés et les médias extrêmes (transhumanistes) ainsi qu'à évaluer la communication médiatisée par le biais des notions d'image, de métaphore et de représentation symbolique. Il s'agira de se questionner sur la manière dont les imaginaires (sociaux,

culturels, discursifs, fictionnels) et les nouvelles technologies se façonnent mutuellement. Le détour par l'imaginaire permettra également de problématiser certains enjeux soulevés par les technologies émergentes et de mieux les saisir.

Dans la perspective de lier théorie et pratiques, la méthodologie de la recherche et les théories importantes du champ seront discutées à partir des pratiques ou en lien avec celles-ci.