

**Crédits: 30**

## Présentation

### En bref

Occuper un espace dans le vaste monde des médias numériques est devenu incontournable dans tous les domaines d'activité et dans tous les types d'organisation. À titre d'exemple, de plus en plus d'organisations conçoivent désormais leurs campagnes de communication notamment sur les médias sociaux. Par ailleurs, les médias numériques exigent des connaissances et des compétences particulières. En plus d'aborder des notions générales en communication représentant les bases, ce certificat offre une spécialisation sur les médias numériques.

### Objectifs du programme

Ce programme vise à développer chez l'étudiant des connaissances et des compétences relatives à la communication et aux médias numériques quant à leur planification, gestion, utilisation des outils, rédaction et évaluation.

### Avenir: Carrière et débouchés

Les débouchés sont nombreux et la demande pour des communicateurs spécialisés en médias numériques est forte. Les diplômés du certificat en communication et médias numériques pourront postuler sur des emplois en communication dont les tâches porteront sur les médias numériques (à titre d'exemples, planifier des campagnes sur les médias sociaux, rédiger des infolettres et effectuer de la veille numérique).

### **Atouts UQTR**

Offrir une formation de premier cycle dans un domaine et/ou des compétences qui sont de plus en plus en demande.

## Admission

### **Trimestre d'admission et rythme des études**

Automne et hiver.

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

## Conditions d'admission

### **Études au Québec**

Base DEC

Être titulaire d'un diplôme d'études collégiales (DEC) ou l'équivalent.

Base expérience

Posséder des connaissances appropriées et oeuvrer ou avoir oeuvré pendant une période d'au moins deux ans dans un domaine situé dans le rayonnement des communications.

Le candidat adulte doit joindre à sa demande d'admission des attestations de son expérience et toute autre pièce pouvant établir qu'il possède les connaissances requises.

Le responsable du programme pourra recommander au candidat adulte admissible une ou des activités d'appoint susceptibles de l'aider dans la formation qu'il entreprend.

---

Études hors Québec

Être détenteur d'un diplôme d'études préuniversitaires totalisant 13 années;

OU

d'un diplôme d'études préuniversitaires totalisant 12 années et une année d'études universitaires (à moins d'ententes conclues avec le Gouvernement du Québec, tous les candidats, ayant 12 ans de scolarité devront compléter une année de mise à niveau);

OU

d'un baccalauréat de l'enseignement secondaire français (général ou technologique).

### Conditions supplémentaires hors Québec

Pour mener à bien vos études, une bonne maîtrise de la langue française est nécessaire. Ainsi, vous devez nous faire parvenir la copie originale de votre test de français reconnu par l'UQTR (TFI, TEF, TCF, DELF, DALF) ou vous inscrire à la passation du TFI de l'UQTR à l'adresse [www.uqtr.ca/inscription\\_tfr](http://www.uqtr.ca/inscription_tfr)

Pour obtenir de l'information sur les tests de français reconnus et les seuils de réussite, veuillez consulter le lien suivant Tests de français.<A <A

## Structure du programme et liste des cours

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

### Cours obligatoires (21 crédits)

COM1003 Pratique de la rédaction dans les médias sociaux  
GCO1005 Plan de communication à l'ère numérique (PCO1015)  
GSO1004 Sémiologie de l'image et des médias  
MCO1010 Communication numérique : gestion de projet web  
MCO1012 Médias, société et culture en contexte numérique  
PCO1015 Les relations avec les publics et les médias à l'ère numérique  
SOL1017 Communication politique : espace public, médiatisations et enjeux du numérique

### Cours optionnels (9 crédits)

#### L'étudiant choisi 3 cours parmi les suivants (9 crédits) :

AEG1019 Communication dans les groupes et en réseaux  
AEG1021 Leadership : théories et compétences  
ALS1001 Gouvernance des communications, de la culture et de l'information  
COM1178 La parole en public : de la réflexion à l'action  
COM1179 Stratégies et pratiques d'influence du numé.:usages, référencement, veille et analyse  
JOU1001 Relations publiques, nouvelles pratiques et nouveaux médias (PCO1015)  
MCO1011 Production de contenu vidéo pour les médias numériques  
PCO1017 L'information d'actualité?: pratiques et conditions de production

## Autres renseignements

### Règlements pédagogiques particuliers

L'étudiant doit assister à l'activité d'introduction au programme (accueil) lors de sa première session d'inscription.

La participation aux activités éducatives prévues au programme est obligatoire.

### Description des activités

#### AEG1019 Communication dans les groupes et en réseaux

Ce cours permet d'acquérir des connaissances théoriques et pratiques liées à la structure et à la dynamique des groupes de tâches (groupes de travail, de recherche et d'amis). Il permet de mieux connaître les outils de travail (convocation, ordre du jour, procès-verbal, etc.). Il vise aussi à identifier les enjeux de participation, de communication et d'animation de ces groupes.

---

Ce cours permet aussi d'étudier des notions complexes comme celle de la communauté virtuelle, de la collaboration à distance et dans des environnements virtuels, des dualités comme production-consommation (des savoirs, du savoir-faire, de l'expérience), sphères privées-publiques, auteurs-lecteur en réseau, etc.

### **AEG1021 Leadership : théories et compétences**

Ce cours vise à présenter aux étudiants différentes théories et modèles explicatifs du leadership (ex. : l'approche basée sur les traits, le leadership d'équipe et le modèle des contingences). Il permet de comprendre que le leadership dépend de l'individu, du contexte, de la tâche à réaliser et du groupe avec lequel il travaille. D'un point de vue plus pratique, le cours s'attarde aux compétences de leader au sein de groupes et d'organisations, comme l'influence, la créativité et la négociation.

### **ALS1001 Gouvernance des communications, de la culture et de l'information**

Contenu : Le cours porte sur la gouvernance des communications, de la culture et de l'information, c'est-à-dire le partage du pouvoir décisionnel et d'influence entre les différents acteurs (étatiques, économiques, société civile, citoyens et organisations internationales) dans les champs des communications, de la culture et de l'information. Le cours se concentre sur le contexte national (Québec et Canada), mais prend en compte les relations d'interdépendance qui lient les acteurs étatiques aux organisations internationales et globales dans le contexte de la numérisation généralisée de la société. Seront abordés des enjeux actuels, comme l'économie de l'attention, la protection de la vie privée, les accords commerciaux et la souveraineté culturelle des États.

Objectif général du cours : connaître et comprendre les liens entre communication et démocratie dans le contexte actuel de la gouvernance des communications, de la culture et de l'information tant à l'échelle nationale qu'internationale.

### **COM1003 Pratique de la rédaction dans les médias sociaux**

Contenu

Ce cours vise à approfondir les capacités rédactionnelles des futurs communicateurs par des exercices variés et nombreux, liés à la pratique de la communication sociale et en particulier à l'usage des médias socionumériques. De nos jours, en effet, les organisations, publiques aussi bien que privées utilisent les médias socionumériques comme moyen de communication avec leurs différents auditoires.

Les apprentissages visent à la fois la rédaction, l'auto-correction et la correction de textes rédigés par des tiers. Les étudiants apprendront à utiliser une écriture stratégique visant à l'inscrire dans les dimensions sociales et protocolaires des différents publics auxquels ils s'adressent mais en tenant compte également des différents supports. Les exercices porteront sur la rédaction et la correction de documents diffusés sous différents formats.

Objectif général

Développer une capacité rédactionnelle avancée pour le travail de communication, en vue d'apprendre à rédiger correctement et rapidement des textes diffusés sous différents formats numériques (billets de blogues, gazouillis de microblogues (tweets), infolettres, communiqués de médias socionumériques, etc.), ce qui implique de pouvoir synthétiser les informations essentielles dont la qualité aura été validés au préalable, puis de les livrer en tenant compte des publics visés et des supports retenus.

### **COM1178 La parole en public : de la réflexion à l'action**

Ce cours propose des outils théoriques, analytiques et pratiques pour l'étude et la production des discours argumentatifs et rhétoriques en contexte d'affaires publiques. Dans le contexte du renouveau de la rhétorique à l'ère des fake news, de la multiplication des espaces numériques et « traditionnels » de débats et face aux impératifs actuels d'image et de reddition de comptes (accountability), les acteurs publics et les organisations doivent constamment justifier leurs décisions et, dans le cadre de projets et d'initiatives, favoriser une acceptabilité sociale la plus large possible, rendant la maîtrise d'une littéracie argumentative et rhétorique incontournable.

Ce cours est divisé en 4 parties 1) réfléchir avant de prendre la parole; 2) préparer son argumentation; 3) passer à l'action; 4) évaluer ses communications. Parties qui comprendront à la fois les bases théoriques pour réfléchir, préparer, agir et évaluer, et des exemples de cas concrets et des exercices réalisés en classe et hors classe pour intégrer ces enseignements.

### **COM1179 Stratégies et pratiques d'influence du numé.: usages, référencement, veille et analyse**

Ce cours permet d'étudier les différentes formes d'influence des médias numériques. En évitant toute forme de déterminismes (technique, social, individuel, éthique, moral, etc.), nous étudierons les pratiques, les tactiques et les stratégies d'influence dans différentes sphères de la vie : de la sphère individuelle et groupale (la sociabilité et les interactivités en ligne) à la sphère organisationnelle et collaborative (le télétravail, la communauté virtuelle, etc.).

Avec ce cours, l'étudiant pourra répondre à certaines questions clés liées à ces médias numériques. Par exemple, qu'est-ce que le référencement Web? Comment vérifier le positionnement d'un site web d'une entreprise ? Qu'est-ce que le web relationnel ? Quelles dimensions éthiques faut-il respecter pour avoir des usages responsables ?

---

#### GCO1005 Plan de communication à l'ère numérique (PCO1015)

Connaître et comprendre les différentes théories et les divers concepts en matière de planification dans le domaine de la communication. Cet apprentissage conduit l'apprenant à l'élaboration d'un plan de communication qui pourrait notamment se déployer dans les espaces numériques et à sa présentation argumentée.

Précision des intentions du plan, analyse de la situation et des contextes, définition des objectifs, précision des cibles, identification des axes de communication, techniques, messages, ressources et évaluation. Prise en compte des variables liées au temps, à l'espace et aux réseaux. Mise en œuvre de certains aspects liés à la démarche de planification et de réalisation d'un plan de communication.

#### **GSO1004 Sémiologie de l'image et des médias**

Ce cours aborde l'analyse des processus communicationnels et des médias (traditionnels et numériques) par le prisme des outils et des concepts fondamentaux de la sémiotique. Les étudiant-e-s seront amené-e-s à explorer et à appliquer les théories du signe et de la signification permettant de mieux comprendre les singularités des divers régimes de signes (visuel, verbal, non verbal, sonore, audiovisuel, interactif) et des langages des médias œuvrant au sein de la communication sociale. Seront notamment présentées la sémiotique et la rhétorique de l'image fixe (photographie, affiche publicitaire), la sémiologie audiovisuelle (cinéma, vidéo, série télévisée) et la sémiotique des nouveaux médias dits interactifs et immersifs (web, médias socionumériques, films interactifs, jeux vidéo, réalité virtuelle).

#### **JOU1001 Relations publiques, nouvelles pratiques et nouveaux médias (PCO1015)**

Perfectionner la pratique des outils en relations publiques et consolider les compétences langagières : le communiqué, la conférence, l'événementiel, les médias sociaux. Exercer l'organisation d'événements. Planifier et évaluer des activités de relations publiques. Les relations publiques en situation de crise. Être conscient du rôle et des responsabilités des relations publiques dans la construction de l'espace public.

#### **MCO1010 Communication numérique : gestion de projet web**

Ce cours aborde les métiers du web, les outils numériques, le vocabulaire, les ressources documentaires et les étapes nécessaires à la réalisation d'un projet de site web (de l'idéation à la concrétisation). Les étudiant-e-s seront amené-e-s à connaître les différentes compétences et habiletés inhérentes à la réalisation d'un tel projet. Par le biais de la conception d'un cahier des charges et d'un exercice de prototypage web, les étudiant-e-s seront mis-es en situation quasi réelle de travail collaboratif. Ce cours vise également à prendre conscience de l'aspect évolutif des technologies numériques et de la nécessité de développer des attitudes de recherche et d'autoformation.

#### **MCO1011 Production de contenu vidéo pour les médias numériques**

Connaître les étapes et les aspects techniques de la production d'une vidéo. Savoir interpréter un mandat de réalisation. Savoir élaborer une stratégie de communication dans laquelle intégrer la production vidéo. Savoir scénariser et produire un document audiovisuel. Savoir diffuser et publier une vidéo dans les espaces numériques. Savoir évaluer une production vidéo. Savoir utiliser des logiciels de montage. Apprendre à travailler en équipe.

#### **MCO1012 Médias, société et culture en contexte numérique**

Contenu : Ce cours vise à introduire l'étudiant à l'étude de la relation entre les médias, la culture et la société à partir de nombreuses perspectives en portant une attention particulière aux enjeux sociaux de la communication à l'ère numérique. De nombreuses définitions des médias seront analysées, de façon à mieux comprendre l'influence de l'évolution de la société sur les médias, et l'évolution des médias sur la société. Les problématiques contemporaines liées aux médias sociaux seront également abordées.

#### **PCO1015 Les relations avec les publics et les médias à l'ère numérique**

Expliquer les théories propres aux relations publiques. Connaître les métiers et les pratiques des relations publiques, le milieu de la presse et les pratiques du journalisme au Québec. Être en mesure d'établir des relations professionnelles avec les représentants de la presse. Exercer des outils de relations publiques : le fichier de presse, le communiqué, la conférence. Connaître les autres outils des relations publiques (salons et expositions, médias sociaux, imprimés, etc.).

#### **PCO1017 L'information d'actualité?: pratiques et conditions de production**

Le cours porte sur les pratiques et conditions de production de l'information d'actualité par différentes sources, incluant les sources journalistiques mais sans s'y limiter, et ce sur une variété de plateformes dont les numériques.

?

Les pratiques seront abordées en tenant compte des mutations rapides qui affectent la production de l'information, comme la multiplication des offreurs d'information et la prolifération de la désinformation. Au nombre des conditions de production pourront être examinées la déontologie et le financement de l'information.

#### **SOL1017 Communication politique : espace public, médiatisations et enjeux du numérique**

Ce cours vise, d'un côté, à familiariser l'étudiant avec la pluralité des groupes et des intérêts qui s'expriment dans ce qu'il est convenu de nommer l'espace public et, d'un autre côté, à l'amener à reconnaître les tensions et débats de la vie publique. Il vise également à réfléchir à la médiatisation de la politique et aux enjeux démocratiques

Le cours aborde les différents cadres de l'action politique, les acteurs et le contexte médiatique dans lequel la politique se

---

déroule aujourd'hui. Il y est également question de l'État et du gouvernement, des acteurs clés de la sphère publique (partis politiques, associations, groupes d'intérêts, groupes de pression, médias, notamment) et de leurs répertoires d'action. Le rôle des médias ainsi que les enjeux liés à la liberté d'expression et à la citoyenneté y sont également abordés. À l'intérieur du cours, plusieurs autres notions comme le pouvoir, le cadrage et les représentations sont explorées. Plus encore, les enjeux du numérique sont présentés ainsi que l'importance de l'argumentation dans un contexte hyper-médiatique.