Baccalauréat en communication sociale (profil international)

6549

Directeur(trice): Farrah Bérubé
CPPC - Communication sociale

Bureau du registraire
1 800 365-0922 ou 819 376-5045
www.uqtr.ca

Grade: Baccalauréat ès arts (B.A.)

Crédits: 90

Présentation

Pour être admis au baccalauréat en communication sociale, profil international, le candidat doit d'abord être inscrit au baccalauréat en communication sociale (8008).

Les étudiants qui satisferont les conditions d'admission se verront reconnaître un minimum de 12 crédits du programme 8008 et obtiendront une mention « profil international » sur leur diplôme.

Une bourse du MELS, de 750 $ à 1000 $/mois peut être accordée selon la disponibilité et les critères d'admissibilité.

Ce programme est exclusif dans le réseau des universités québécoises.

En bref

Objectifs du programme

Ce programme permet l'acquisition d'une solide formation professionnelle dans le champ de la communication. Cette formation s'acquiert grâce à une approche dynamique où la théorie et la pratique sont toujours mariés. La pédagogie est largement basée sur les études de cas et l'apprentissage par projets et sur l'adoption d'une pédagogie de l'apprentissage où l'on retrouve beaucoup d'innovations pédagogiques et de l'interactivité en classe et hors classe. Ces approches visent à favoriser la réussite et soutenir la persévérance de nos étudiant.es qui rapidement se trouvent un travail dans leur domaine après leurs études.

Le programme vise à former des professionnel.les agiles autant du point de vue de la communication médiatique que numérique. Il vise aussi à acquérir des capacités d'analyse et de synthèse, un esprit critique et une maîtrise des outils utiles aux communicateurs – de l'analyse de l'image, à la formulation de questions de sondage, au montage vidéo en passant par la communication de crise et l'élaboration de plans de communication. Tout au long de leur parcours, les « bonnes pratiques » en communication leur sont enseignées de manière à ce qu'ils puissent les transposer dans différents milieux de travail que ce soit dans les médias, les relations publiques, les entreprises, les organismes gouvernementaux et paragouvernementaux, les musées et entreprises culturelles, les OBNL ou bien comme consultants à leur propre compte.

Enfin, cette formation prépare aussi les étudiant.es à poursuivre aux cycles supérieurs que ce soit en communication, en sciences sociales ou bien au MBA.

Atouts UQTR

Ce qui nous distingue :

- Une formation polyvalente (médias numériques, communication écrite, graphique, audiovisuelle, relations publiques, communication politique et organisationnelle, ...) donnant à la fois accès au marché du travail et aux études supérieures.
- Beaucoup d'apprentissage par projets (réalisation de documentaires, d'activités, d'outils, etc.).
- Un stage terminal de 4 mois pour acquérir de l'expérience pratique et un réseau de contacts dans le cheminement avec stage ou une formation multidisciplinaire avec une concentration dans une discipline connexe à la communication dans le cheminement sans stage.

Les étudiant.es de ce programme peuvent être autorisés à poursuivre une partie de leurs études hors Québec. Les modalités d'une telle autorisation doivent être établies avec la direction de programme.

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
Avoir une moyenne générale de 2,5/4,3 dans le programme 8008.

Avoir effectué un séjour à l'extérieur du Canada d'un minimum de 15 semaines.

Avoir suivi la formation pré départ obligatoire en ligne.

Avoir suivi l'atelier retour offert par UQTR.

Avoir complété un rapport de séjour obligatoire. Un montant de 250 $ sera retenu sur le montant de la bourse et remis en échange du rapport de séjour.

Études hors Québec
Avoir une moyenne générale de 2,5/4,3 dans le programme 8008.

Avoir effectué un séjour à l'extérieur du Canada d'un minimum de 15 semaines.

Avoir suivi la formation pré départ obligatoire en ligne.

Avoir suivi l'atelier retour offert par UQTR.

Avoir complété un rapport de séjour obligatoire. Un montant de 250 $ sera retenu sur le montant de la bourse et remis en échange du rapport de séjour.

Structure du programme et liste des cours

Publics et sociétés, avec stage

(Cheminement: 1)
À moins d'indication contraire, un cours comporte trois (3) crédits.

Cours obligatoires (60 crédits)

AEG1019	Communication dans les groupes et en réseaux
AEG1021	Leadership : théories et compétences
ALS1001	Communication, gouvernance et affaires publiques
COM1002	Communication écrite : informer et convaincre
COM1004	Intro. au monde professionnel de la comm. : exploration, observation et réseautage
COM1178	La parole en public : de la réflexion à l'action
COM1179	Stratégies et pratiques d'influence du numé.:usages, référencement, veille et analyse
COM1181	Communication interculturelle dans un monde interrelié
GCO1001	Théories et modèles de la communication
GCO1005	Plan de communication à l'ère numérique (PCO1015)
GCO1006	Communication graphique
GSO1004	Sémiologie de l'image et des médias
MCO1011	Production de contenu vidéo pour les médias numériques
MCO1012	Médias, société et culture en contexte numérique
PCO1009	Communication et organisation
PCO1015	Les relations avec les publics et les médias à l'ère numérique
PCO1017	L'information d'actualité : pratiques et conditions de production
PCO1018	Introduction à la communication sociale
PCO1020	Initiation au travail intellectuel et à la recherche en communication

SOL1017 Communication politique, médiatisation et affaires publiques

Cours optionnels (27 à 30 crédits)

L'étudiant choisit le cours suivant (l'étudiant qui juge posséder des compétences langagières excellentes peut demander à la direction de programme de passer le test de diagnostic sur la connaissance du français écrit TEST-CS-UQTR. S'il obtient 65% et plus à ce test, il n'est pas tenu de choisir ce cours) :
FRA1021 Norme grammaticale et rédaction

L'étudiant doit suivre les 3 cours suivants (15 crédits) :
COM1005 Expérimentation professionnelle des compétences (6 crédits) (COM1004; PPU1025)
COM1006 Stage 3 : Intervention professionnelle en milieu d'accueil (6 crédits)
PPU1025 Synthèse des apprentissages en communication et développement de carrière

L'étudiant choisit 3 à 4 cours parmi les cours suivants (9 à 12 crédits) :
ASC1001 Lien social et espace médiatique
ECR1006 Ecriture journalistique
GCO1004 Activité de spécialisation en communication (PCO1020)
JOU1001 Relations publiques, nouvelles pratiques et nouveaux médias (PCO1015)
LNG1059 Texte publicitaire
LNG1084 Communication écrite et vulgarisation
PCO1012 Communication et développement
PCO1019 Thèmes spéciaux en communication
PCO1022 Communication et culture

Cours complémentaires (0 à 3 crédits)
L'étudiant peut suivre un cours complémentaire de son choix.

Médias numériques, avec stage

(Cheminement: 2)
À moins d'indication contraire, un cours comporte trois (3) crédits.

Cours obligatoires (60 crédits)
AEG1019 Communication dans les groupes et en réseaux
AEG1021 Leadership : théories et compétences
ALS1001 Communication, gouvernance et affaires publiques
COM1002 Communication écrite : informer et convaincre
COM1004 Intro. au monde professionnel de la comm. : exploration, observation et réseautage
COM1178 La parole en public : de la réflexion à l'action
COM1179 Stratégies et pratiques d'influence du numé.:usages, référencement, veille et analyse
COM1181 Communication interculturelle dans un monde interrelié
GCO1001 Théories et modèles de la communication
GCO1005 Plan de communication à l'ère numérique (PCO1015)
GCO1006 Communication graphique
GSO1004 Sémiologie de l'image et des médias
MCO1011 Production de contenu vidéo pour les médias numériques
MCO1012 Médias, société et culture en contexte numérique
PCO1009 Communication et organisation
PCO1015 Les relations avec les publics et les médias à l'ère numérique
PCO1017 L'information d'actualité : pratiques et conditions de production
PCO1018 Introduction à la communication sociale
PCO1020 Initiation au travail intellectuel et à la recherche en communication
SOL1017 Communication politique, médiatisation et affaires publiques

Cours optionnels (27 à 30 crédits)

L'étudiant choisit le cours suivant (l'étudiant qui juge posséder des compétences langagières excellentes peut demander à la direction de programme de passer le test de diagnostic sur la connaissance du français écrit TEST-CS-UQTR. S'il obtient 65% et plus à ce test, il n'est pas tenu de choisir ce cours) :

FRA1021 Norme grammaticale et rédaction

L'étudiant doit suivre les 3 cours suivants (15 crédits) :

COM1005 Expérimentation professionnelle des compétences (6 crédits) (COM1004; PPU1025)
COM1006 Stage 3 : Intervention professionnelle en milieu d'accueil (6 crédits)
PPU1025 Synthèse des apprentissages en communication et développement de carrière

L'étudiant choisit 3 à 4 cours parmi les cours suivants (9 à 12 crédits) :

ASC1001 Lien social et espace médiatique
COM1003 Pratique de la rédaction dans les médias sociaux
COM1180 Communication de crise dans un monde numérique incertain
ECR1006 Ecriture journalistique
GCO1004 Activité de spécialisation en communication (PCO1020)
JOU1001 Relations publiques, nouvelles pratiques et nouveaux médias (PCO1015)
MCO1010 Communication numérique : gestion de projet web
PCO1004 Communication écrite et médias
PCO1019 Thèmes spéciaux en communication
PCO1021 Analyse et études de l'image dans les médias numériques (PCO1020)
PCO1022 Communication et culture
RTV1001 Production avancée de contenu audio et vidéo pour les médias numériques (MCO1011)

Cours complémentaires (0 à 3 crédits)

L'étudiant peut suivre un cours complémentaire de son choix.

Images et discours, avec stage

(Cheminement: 3)

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

Cours obligatoires (60 crédits)

AEG1019 Communication dans les groupes et en réseaux
AEG1021 Leadership : théories et compétences
ALS1001 Communication, gouvernance et affaires publiques
COM1002 Communication écrite : informer et convaincre
COM1004 Intro. au monde professionnel de la comm. : exploration, observation et réseautage
COM1178 La parole en public : de la réflexion à l'action
COM1179 Stratégies et pratiques d'influence du numé.:usages, référencement, veille et analyse
COM1181 Communication interculturelle dans un monde interrelié
GCO1001 Théories et modèles de la communication
GCO1005 Plan de communication à l'ère numérique (PCO1015)
GCO1006 Communication graphique
GSO1004 Sémiologie de l'image et des médias
MCO1011 Production de contenu vidéo pour les médias numériques
MCO1012 Médias, société et culture en contexte numérique
PCO1009 Communication et organisation
PCO1015 Les relations avec les publics et les médias à l'ère numérique
PCO1017 L'information d'actualité : pratiques et conditions de production
PCO1018 Introduction à la communication sociale
PCO1020 Initiation au travail intellectuel et à la recherche en communication
SOL1017 Communication politique, médiatisation et affaires publiques

Cours optionnels (27 à 30 crédits)

L'étudiant choisit le cours suivant (l'étudiant qui juge posséder des compétences langagières excellentes peut demander à la direction de programme de passer le test de diagnostic sur la connaissance du français écrit TEST-CS-UQTR. S'il obtient 65% et plus à ce test, il n'est pas tenu de choisir ce cours) :

FRA1021 Norme grammaticale et rédaction

L'étudiant doit suivre les 3 cours suivants (15 crédits) :

COM1005 Expérimentation professionnelle des compétences (6 crédits) (COM1004; PPU1025)
COM1006 Stage 3 : Intervention professionnelle en milieu d'accueil (6 crédits)
PPU1025 Synthèse des apprentissages en communication et développement de carrière

L'étudiant choisit 3 à 4 cours parmi les cours suivants (9 à 12 crédits) :

COM1003 Pratique de la rédaction dans les médias sociaux
ECR1006 Ecriture journalistique
GCO1004 Activité de spécialisation en communication (PCO1020)
LNG1059 Texte publicitaire
LNG1084 Communication écrite et vulgarisation
MCO1010 Communication numérique : gestion de projet web
PCO1004 Communication écrite et médias
PCO1019 Thèmes spéciaux en communication
PCO1021 Analyse et études de l'image dans les médias numériques (PCO1020)
PCO1022 Communication et culture
RTV1001 Production avancée de contenu audio et vidéo pour les médias numériques (MCO1011)

Cours complémentaires (0 à 3 crédits)

L'étudiant peut suivre un cours complémentaire de son choix.

Risques et crises, avec stage

(Cheminement: 4)

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

Cours obligatoires (60 crédits)

AEG1019 Communication dans les groupes et en réseaux
AEG1021 Leadership : théories et compétences
ALS1001 Communication, gouvernance et affaires publiques
COM1002 Communication écrite : informer et convaincre
COM1004 Intro. au monde professionnel de la comm. : exploration, observation et réseautage
COM1178 La parole en public : de la réflexion à l'action
COM1179 Stratégies et pratiques d'influence du numé.:usages, référencement, veille et analyse
COM1181 Communication interculturelle dans un monde interrelié
GCO1001 Théories et modèles de la communication
GCO1005 Plan de communication à l'ère numérique (PCO1015)
GCO1006 Communication graphique
GSO1004 Sémiologie de l'image et des médias
MCO1011 Production de contenu vidéo pour les médias numériques
MCO1012 Médias, société et culture en contexte numérique
PCO1009 Communication et organisation
PCO1015 Les relations avec les publics et les médias à l'ère numérique
PCO1017 L'information d'actualité : pratiques et conditions de production
PCO1018 Introduction à la communication sociale
PCO1020 Initiation au travail intellectuel et à la recherche en communication
SOL1017 Communication politique, médiatisation et affaires publiques

Cours optionnels (27 à 30 crédits)

L'étudiant choisit le cours suivant (l'étudiant qui juge posséder des compétences langagières excellentes peut demander à la **direction de programme de passer le test de diagnostic sur la connaissance du français écrit TEST-CS-UQTR. S'il obtient 65% et plus à ce test, il n'est pas tenu de choisir ce cours) :**

FRA1021 Norme grammaticale et rédaction

L'étudiant doit suivre les 3 cours suivants (15 crédits) :

COM1005 Expérimentation professionnelle des compétences (6 crédits) (COM1004; PPU1025)
COM1006 Stage 3 : Intervention professionnelle en milieu d'accueil (6 crédits)
PPU1025 Synthèse des apprentissages en communication et développement de carrière

L'étudiant choisit 3 à 4 cours parmi les suivants (9 à 12 crédits) :

COM1001 Communication et prise en charge des risques
COM1180 Communication de crise dans un monde numérique incertain
GCO1004 Activité de spécialisation en communication (PCO1020)
JOU1001 Relations publiques, nouvelles pratiques et nouveaux médias (PCO1015)
PCO1012 Communication et développement
PCO1013 L'audit en communication (PCO1009)
PCO1016 La communication en situation d'urgence
PCO1019 Thèmes spéciaux en communication
PCO1021 Analyse et études de l'image dans les médias numériques (PCO1020)

Cours complémentaires (0 à 3 crédits)

L'étudiant peut suivre un cours complémentaire de son choix.

Groupes et organisations, avec stage

(Cheminement: 5)

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

Cours obligatoires (60 crédits)

AEG1019 Communication dans les groupes et en réseaux
AEG1021 Leadership : théories et compétences
ALS1001 Communication, gouvernance et affaires publiques
COM1002 Communication écrite : informer et convaincre
COM1004 Intro. au monde professionnel de la comm. : exploration, observation et réseautage
COM1178 La parole en public : de la réflexion à l'action
COM1179 Stratégies et pratiques d'influence du numé.:usages, référencement, veille et analyse
COM1181 Communication interculturelle dans un monde interrelié
GCO1001 Théories et modèles de la communication
GCO1005 Plan de communication à l'ère numérique (PCO1015)
GCO1006 Communication graphique
GSO1004 Sémiologie de l'image et des médias
MCO1011 Production de contenu vidéo pour les médias numériques
MCO1012 Médias, société et culture en contexte numérique
PCO1009 Communication et organisation
PCO1015 Les relations avec les publics et les médias à l'ère numérique
PCO1017 L'information d'actualité : pratiques et conditions de production
PCO1018 Introduction à la communication sociale
PCO1020 Initiation au travail intellectuel et à la recherche en communication
SOL1017 Communication politique, médiatisation et affaires publiques

Cours optionnels (27 à 30 crédits)

L'étudiant choisit le cours suivant (l'étudiant qui juge posséder des compétences langagières excellentes peut demander à la

direction de programme de passer le test de diagnostic sur la connaissance du français écrit TEST-CS-UQTR. S'il obtient 65% et

plus à ce test, il n'est pas tenu de choisir ce cours) :
FRA1021 Norme grammaticale et rédaction

L'étudiant doit suivre les 3 cours suivants (15 crédits) :
COM1005 Expérimentation professionnelle des compétences (6 crédits) (COM1004; PPU1025)
COM1006 Stage 3 : Intervention professionnelle en milieu d'accueil (6 crédits)
PPU1025 Synthèse des apprentissages en communication et développement de carrière

L'étudiant choisit 3 à 4 cours parmi les suivants (9 à 12 crédits) :
GCO1004 Activité de spécialisation en communication (PCO1020)
JOU1001 Relations publiques, nouvelles pratiques et nouveaux médias (PCO1015)
PCO1012 Communication et développement
PCO1013 L'audit en communication (PCO1009)
PCO1019 Thèmes spéciaux en communication
PCO1021 Analyse et études de l'image dans les médias numériques (PCO1020)
PCO1022 Communication et culture

Cours complémentaires (0 à 3 crédits)
L'étudiant peut suivre un cours complémentaire de son choix.

Communication et marketing, sans stage

(Cheminement: 6)
À moins d'indication contraire, un cours comporte trois (3) crédits.

Cours obligatoires (60 crédits)
AEG1019 Communication dans les groupes et en réseaux
AEG1021 Leadership : théories et compétences
ALS1001 Communication, gouvernance et affaires publiques
COM1002 Communication écrite : informer et convaincre
COM1004 Intro. au monde professionnel de la comm. : exploration, observation et réseautage
COM1178 La parole en public : de la réflexion à l'action
COM1179 Stratégies et pratiques d'influence du numé.:usages, référencement, veille et analyse
COM1181 Communication interculturelle dans un monde interrelié
GCO1001 Théories et modèles de la communication
GCO1005 Plan de communication à l'ère numérique (PCO1015)
GCO1006 Communication graphique
GSO1004 Sémiologie de l'image et des médias
MCO1011 Production de contenu vidéo pour les médias numériques
MCO1012 Médias, société et culture en contexte numérique
PCO1009 Communication et organisation
PCO1015 Les relations avec les publics et les médias à l'ère numérique
PCO1017 L'information d'actualité : pratiques et conditions de production
PCO1018 Introduction à la communication sociale
PCO1020 Initiation au travail intellectuel et à la recherche en communication
SOL1017 Communication politique, médiatisation et affaires publiques

Cours optionnels (27 à 30 crédits)

L'étudiant choisit le cours suivant (l'étudiant qui juge posséder des compétences langagières excellentes peut demander à la direction de programme de passer le test de diagnostic sur la connaissance du français écrit TEST-CS-UQTR. S'il obtient 65% et plus à ce test, il n'est pas tenu de choisir ce cours) :
FRA1021 Norme grammaticale et rédaction

L'étudiant choisit 3 à 5 cours parmi les suivants (9 à 15 crédits) :

MKA1001 Introduction au marketing
MKA1002 Comportement du consommateur (MKA1001)
MKA1004 Gestion des ventes de biens et de services (MKA1001)
MKA1008 Recherche commerciale (MKA1001)
MKA1010 Gestion de la distribution et commerce de détail (MKA1001)
MKA1011 Communication marketing intégrée (MKA1001)
SIF1020 Systèmes d'information pour fins de gestion

L'étudiant choisit 3 ou 4 cours parmi les suivants (9 à 12 crédits) :

ASC1001 Lien social et espace médiatique
COM1001 Communication et prise en charge des risques
COM1003 Pratique de la rédaction dans les médias sociaux
COM1180 Communication de crise dans un monde numérique incertain
ECR1006 Ecriture journalistique
GCO1004 Activité de spécialisation en communication (PCO1020)
JOU1001 Relations publiques, nouvelles pratiques et nouveaux médias (PCO1015)
LNG1059 Texte publicitaire
LNG1084 Communication écrite et vulgarisation
MCO1010 Communication numérique : gestion de projet web
PCO1004 Communication écrite et médias
PCO1012 Communication et développement
PCO1013 L'audit en communication (PCO1009)
PCO1016 La communication en situation d'urgence
PCO1019 Thèmes spéciaux en communication
PCO1021 Analyse et études de l'image dans les médias numériques (PCO1020)
PCO1022 Communication et culture
RTV1001 Production avancée de contenu audio et vidéo pour les médias numériques (MCO1011)

Cours complémentaires (0 à 3 crédits)

L'étudiant peut suivre un cours complémentaire de son choix.

Communication écrite, sans stage

(Cheminement: 7)

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

Cours obligatoires (60 crédits)

AEG1019 Communication dans les groupes et en réseaux
AEG1021 Leadership : théories et compétences
ALS1001 Communication, gouvernance et affaires publiques
COM1002 Communication écrite : informer et convaincre
COM1004 Intro. au monde professionnel de la comm. : exploration, observation et réseautage
COM1178 La parole en public : de la réflexion à l'action
COM1179 Stratégies et pratiques d'influence du numé.:usages, référencement, veille et analyse
COM1181 Communication interculturelle dans un monde interrelié
GCO1001 Théories et modèles de la communication
GCO1005 Plan de communication à l'ère numérique (PCO1015)
GCO1006 Communication graphique
GSO1004 Sémiologie de l'image et des médias
MCO1011 Production de contenu vidéo pour les médias numériques
MCO1012 Médias, société et culture en contexte numérique
PCO1009 Communication et organisation
PCO1015 Les relations avec les publics et les médias à l'ère numérique
PCO1017 L'information d'actualité : pratiques et conditions de production
PCO1018 Introduction à la communication sociale
PCO1020 Initiation au travail intellectuel et à la recherche en communication
SOL1017 Communication politique, médiatisation et affaires publiques

Cours optionnels (27 à 30 crédits)

L'étudiant choisit le cours suivant (l'étudiant qui juge posséder des compétences langagières excellentes peut demander à la direction de programme de passer le test de diagnostic sur la connaissance du français écrit TEST-CS-UQTR. S'il obtient 65% et plus à ce test, il n'est pas tenu de choisir ce cours) :

FRA1021 Norme grammaticale et rédaction

L'étudiant choisit les deux cours suivants (6 crédits) :

ECR1016 Techniques de rédaction
FRA1005 Difficultés grammaticales

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

ECR1006 Ecriture journalistique
ECR1017 Français de l'administration, des affaires et de l'industrie
FRA1016 Révision en communication écrite
LNG1059 Texte publicitaire
LNG1078 Problèmes de vocabulaire
LNG1084 Communication écrite et vulgarisation
LNG1087 Analyse grammaticale de la phrase simple
LNG1088 Analyse grammaticale de la phrase complexe (LNG1087)
PLR1045 Stratégies de communication et techniques de travail du rédacteur
PPL1003 Recherche et enquête journalistique
PPL1007 Ressources multimédiatiques et langue française

L'étudiant choisit 3 à 4 cours parmi les suivants (9 à 12 crédits) :

ASC1001 Lien social et espace médiatique
COM1001 Communication et prise en charge des risques
COM1003 Pratique de la rédaction dans les médias sociaux
COM1180 Communication de crise dans un monde numérique incertain
GCO1004 Activité de spécialisation en communication (PCO1020)
JOU1001 Relations publiques, nouvelles pratiques et nouveaux médias (PCO1015)
MCO1010 Communication numérique : gestion de projet web
PCO1004 Communication écrite et médias
PCO1012 Communication et développement
PCO1013 L'audit en communication (PCO1009)
PCO1016 La communication en situation d'urgence
PCO1019 Thèmes spéciaux en communication
PCO1021 Analyse et études de l'image dans les médias numériques (PCO1020)
PCO1022 Communication et culture
RTV1001 Production avancée de contenu audio et vidéo pour les médias numériques (MCO1011)

Cours complémentaires (0 à 3 crédits)

L'étudiant peut suivre un cours complémentaire de son choix.

Communication et médias numériques, sans stage

(Cheminement: 8)

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

Cours obligatoires (60 crédits)

AEG1019 Communication dans les groupes et en réseaux
AEG1021 Leadership : théories et compétences
ALS1001 Communication, gouvernance et affaires publiques
COM1002 Communication écrite : informer et convaincre
COM1004 Intro. au monde professionnel de la comm. : exploration, observation et réseautage
COM1178 La parole en public : de la réflexion à l'action

COM1179 Stratégies et pratiques d'influence du numé.:usages, référencement, veille et analyse
COM1181 Communication interculturelle dans un monde interrelié
GCO1001 Théories et modèles de la communication
GCO1005 Plan de communication à l'ère numérique (PCO1015)
GCO1006 Communication graphique
GSO1004 Sémiologie de l'image et des médias
MCO1011 Production de contenu vidéo pour les médias numériques
MCO1012 Médias, société et culture en contexte numérique
PCO1009 Communication et organisation
PCO1015 Les relations avec les publics et les médias à l'ère numérique
PCO1017 L'information d'actualité : pratiques et conditions de production
PCO1018 Introduction à la communication sociale
PCO1020 Initiation au travail intellectuel et à la recherche en communication
SOL1017 Communication politique, médiatisation et affaires publiques

Cours optionnels (27 à 30 crédits)

L'étudiant choisit le cours suivant (l'étudiant qui juge posséder des compétences langagières excellentes peut demander à la direction de programme de passer le test de diagnostic sur la connaissance du français écrit TEST-CS-UQTR. S'il obtient 65% et plus à ce test, il n'est pas tenu de choisir ce cours) :
FRA1021 Norme grammaticale et rédaction

L'étudiant choisit les 5 cours suivants (15 crédits) :
COM1003 Pratique de la rédaction dans les médias sociaux
COM1180 Communication de crise dans un monde numérique incertain
MCO1010 Communication numérique : gestion de projet web
PCO1021 Analyse et études de l'image dans les médias numériques (PCO1020)
RTV1001 Production avancée de contenu audio et vidéo pour les médias numériques (MCO1011)

L'étudiant choisit 3 à 4 cours parmi les suivants (9 à 12 crédits) :
ARG1007 Arts et technologies de l'image numérique I
ASC1001 Lien social et espace médiatique
COM1001 Communication et prise en charge des risques
ECR1006 Ecriture journalistique
JOU1001 Relations publiques, nouvelles pratiques et nouveaux médias (PCO1015)
LNG1059 Texte publicitaire
LNG1084 Communication écrite et vulgarisation
PCO1004 Communication écrite et médias
PCO1012 Communication et développement
PCO1013 L'audit en communication (PCO1009)
PCO1016 La communication en situation d'urgence
PCO1019 Thèmes spéciaux en communication
PCO1022 Communication et culture

Cours complémentaires (0 à 3 crédits)
L'étudiant peut suivre un cours complémentaire de son choix.

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.

Pour s'inscrire au cours COM1002 Communication écrite : informer et convaincre, l'étudiant doit avoir cumulé 15 crédits du

programme. Il doit également avoir réussi le cours optionnel FRA1021 Norme grammaticale et rédaction au cours de son premier trimestre d'inscription. Les étudiants qui jugent leurs compétences langagières excellentes peuvent demander de passer le test de diagnostic sur la connaissance du français écrit TEST-CS-UQTR. S'ils obtiennent 65 % et plus au test, ils pourront remplacer le cours FRA1021 par un autre cours optionnel du programme.

Pour s'inscrire au cours PPU1025 Synthèse des apprentissages en communication et développement de carrière l'étudiant doit avoir une moyenne cumulative d'au moins 2,7 sur 4,3. De plus, il doit avoir réussi les cours obligatoires des cinq (5) premières sessions de la grille de cheminement ou y être inscrit.

Pour pouvoir s'inscrire au Stage en communication (PCO1010), l'étudiant doit avoir réussi tous les autres cours obligatoires prévus au programme.

Le cours PCO1010 Stage en communication est noté avec la mention succès ou échec (S ou E).

En cas d'échec, les cours PCO1010 et PPU1026 ne peuvent être repris qu'une seule fois. Pour reprendre ces cours, l'étudiant doit en faire la demande par écrit auprès du directeur de programme en faisant valoir les raisons expliquant son échec et justifiant un droit de reprise. Cette demande sera étudiée par le Comité d'évaluation d'une demande de reprise de stage, lequel est composé du directeur de programme, d'un superviseur et du professeur responsable pédagogique des stages. Selon la recommandation du Comité d'évaluation, le droit de reprise pourra être assorti de conditions particulières d'encadrement et de réalisation. La décision du Comité d'évaluation est finale et sans appel.

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 Communication, gouvernance et affaires publiques

Contenu : Le cours porte sur la communication et la gouvernance des affaires publiques, c'est-à-dire le partage du pouvoir décisionnel et d'influence entre différents acteurs (élus, administrations publiques, les acteurs économiques, de la société civile, les citoyens jusqu'aux organisations internationales) dans le domaine des affaires publiques. Le cours se concentre sur le contexte national (Québec et Canada), mais prend en considération les relations d'interdépendance qui lient les acteurs étatiques et non étatiques aux organisations internationales et globales. Seront abordés des enjeux actuels, comme la découvrabilité des contenus culturels, la liberté académique, les inégalités sociales et la lutte à la pauvreté, les accords commerciaux ou 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, et des affaires publiques tant à l'échelle nationale qu'internationale.

ARG1007 Arts et technologies de l'image numérique I

Introduire les pratiques photographiques dans un environnement numérique. Explorer les logiciels de traitement numérique des images photographiques et autres périphériques en vue de leur application dans des projets de recherche en création. Maîtriser la caméra, les outils et les techniques liées à la capture d'image et à l'impression cela dans le but de développer une approche personnelle et conceptuelle. Compréhension de la différence des considérations ontologiques entre la photographie analogique et la photographie numérique. Mise en pratique de ces notions par l'étude générale des fonctions des logiciels les plus récents.

ASC1001 Lien social et espace médiatique

Apprendre à travailler dans l'univers de l'espace médiatique. Saisir la capacité de résilience d'une communauté en raison du capital social qui y prévaut. Comprendre comment s'établissent les liens sociaux dans une communauté. Etre capable d'identifier le

rôle que peuvent jouer les médias dans la consolidation des liens sociaux. Se familiariser avec les divers outils de relation avec les médias.

COM1001 Communication et prise en charge des risques

Ce cours vise à familiariser l'étudiant à la communication comme moyen de prise en charge multidisciplinaire de tous les types de risques présents dans notre société, qu'ils soient naturels, sociaux ou technologiques.

Définir le concept de risque et les vulnérabilités qui lui sont associées. Connaître le processus de prise en charge des risques dans toutes ses dimensions temporelles, légales, normatives, etc. Comprendre le rôle de la communication comme interface des disciplines dans la prise en charge des risques. Comprendre le rôle de la communication sociale avec les communautés comme principe de bonne gouvernance. Saisir les grandes mécaniques de partage des risques avec la sphère publique. Promouvoir une culture de la sécurité civile.

COM1002 Communication écrite : informer et convaincre
Ce cours vise à renforcer les capacités rédactionnelles des futur·e·s spécialistes en communication par des exercices variés et nombreux liés à la pratique de la communication. Les apprentissages visent à la fois l'analyse, la rédaction, l'autocorrection et la correction de textes rédigés par des tiers. Le cours a également pour objectif de parfaire les connaissances des étudiant·e·s en argumentation écrite. Sans s'y restreindre, le cours aborde différents types de documents, à l'exemple des formats de la communication interne (bulletin interne), des formats de la communication administrative (ordre du jour, compte rendu, procès-verbal), des formats dédiés aux relations avec la presse (dossier de presse, revue de presse) et des formats web (infolettre, articles web, réseaux socionumériques).

Règlement pédagogique particulier : Pour s'inscrire à ce cours, l'étudiant doit avoir cumulé 15 crédits du programme. Il doit également avoir obtenu 65% ou plus au TEST-CS-UQTR ou avoir réussi le cours FRA1021 Norme grammaticale et rédaction.

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.

COM1004 Intro. au monde professionnel de la comm. : exploration, observation et réseautage
Le cours d'introduction au monde professionnel de la communication : exploration, observation et réseautage vise à permettre à l'étudiant·e d'entrer en contact avec les environnements de travail et à se familiariser avec les réalités d'un emploi en communication afin d'acquérir une meilleure connaissance de ce milieu. L'objectif est de permettre une première incursion dans le vaste domaine des communications afin que l'étudiant·e puisse vérifier, en début de parcours, si sa vision de son choix professionnel correspond à ses attentes, de se faire valoir auprès d'employeurs potentiels et d'établir des contacts avec des professionnel·le·s du domaine.

RÈGLEMENT PÉDAGOGIQUE PARTICULIER

Le cours ne peut être repris qu'une seule fois.
Pour s'inscrire au cours COM1004 – Introduction au monde professionnel de la communication : exploration, observation et réseautage, la personne étudiante doit avoir réussi 24 crédits ou y être inscrite.

COM1005 Expérimentation professionnelle des compétences (6 crédits) (COM1004; PPU1025)
Le stage d'expérimentation professionnelle des compétences en milieu d'accueil vise à permettre à l'étudiant·e de participer activement à l'avancée de projets en cours ou d'entreprendre de nouveaux projets afin de consolider les acquis intellectuels,

théoriques et pratiques acquis à l'université et de les appliquer aux réalités du monde professionnel.

DESCRIPTION

Ce stage est celui au cours duquel l'étudiant·e est jumelé·e à un·e professionnel·le d'expérience, dans un milieu relié à ses centres d'intérêt. Lors de ce stage l'étudiant·e apprend à s'insérer au sein d'une équipe multidisciplinaire, alors que des mandats et tâches précis lui sont affectés. Ce stage se déroulant pendant tout un trimestre, cela donne l'occasion à l'étudiant·e de mener à bien un projet d'une certaine envergure ou l'avancement de plusieurs projets.
L'objectif est, d'une part, d'initier le stagiaire aux diverses fonctions d'un·e professionnel·le de la communication par la participation à leur exécution. D'autre part, ce stage vise à permettre d'acquérir de nouvelles compétences et/ou de développer celles acquises à l'université et qui sont immédiatement transférables dans le milieu professionnel. En définitive, ce stage vise aussi à intégrer non seulement le savoir-faire, mais aussi le savoir-être que réclament les milieux de travail.
Ce stage de troisième année se déroule une fois par semaine (le mercredi) durant les seize (16) semaines que dure la session.

RÈGLEMENT PÉDAGOGIQUE PARTICULIER

Le stage 2 ne peut être repris qu'une seule fois.

COM1006 Stage 3 : Intervention professionnelle en milieu d'accueil (6 crédits)

Le stage d'intervention professionnelle en milieu d'accueil vise à permettre à l'étudiant·e de participer à la planification, à la réalisation et à l'évaluation des activités de communication propres au milieu d'accueil dans lequel iel intervient en tant que professionnel·le.

DESCRIPTION

Ce stage est celui au cours duquel l'étudiant·e est jumelé·e à un·e professionnel·le d'expérience, dans un milieu relié à ses centres d'intérêt, et est appelé à intervenir lors de différentes situations se présentant dans le quotidien, en sa qualité de chargé·e de projet. Ce stage se déroulant durant tout un trimestre, cela donne l'occasion à l'étudiant·e de mener à bien un projet d'une certaine envergure ou l'avancement/la conclusion de plusieurs projets dans l'optique où iel peut décider de poursuivre au sein de l'organisation l'ayant accueilli·e lors du stage 2 ou d'intégrer un autre milieu d'accueil.
L'objectif est, d'une part, d'acquérir une expérience et une autonomie professionnelles indispensables pour compléter sa formation universitaire par des compétences pratiques. D'autre part, ce stage permet de mesurer le parcours accompli ainsi que de démontrer une compréhension du milieu et une certaine maturité professionnelle et théorique.

FORMAT DU STAGE:

Ce stage de troisième année se déroule une fois par semaine (le mercredi) durant les seize (16) semaines que dure la session.

RÈGLEMENT PÉDAGOGIQUE PARTICULIER

Le stage 3 ne peut être repris qu'une seule fois.

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 ?

COM1180 Communication de crise dans un monde numérique incertain

Ce cours vise à offrir des connaissances pratiques et théoriques aux étudiants afin qu'ils puissent être en mesure de connaître

les différents types de crises, leurs tenants et aboutissants ainsi que les différentes stratégies pour faire face à une variété de crises dans leur rôle de communicateurs. Ce cours abordera les « bonnes pratiques » de gestion de crise du point de vue des communications. Dans ce cours, il sera question des cycles des crises, des manières d'y réagir afin d'en contrer les impacts sur les organisations, gouvernements, organismes ou personnes qui les vivent. La composante communicationnelle des crises sera au cœur de ce cours qui sera basé sur des exemples concrets et des études de cas. De plus, sachant que les crises de plus en plus nombreuses et que plusieurs sont liées à la forte présence des médias numériques, le rôle de ceux-ci pour créer ou désamorcer les crises sera abordé, étudié et mis en pratique. Il sera aussi question du contexte médiatique plus large et de l'importance du rôle des différents intervenants lors des crises et de celui du plan de gestion de crise et du rôle clé des analyses d'après-crise afin de tirer des leçons de l'événement vécu.

COM1181 Communication interculturelle dans un monde interrelié

Ce cours traitera des notions théoriques et de base de la communication interculturelle internationale (CII). Les notions d'ethnocentrisme, de choc culturel, de préjugé, de stéréotype et de décentration culturelle seront notamment abordées. Les étudiant.es seront appelés à développer leurs habiletés et compétences communicationnelles afin d'interagir avec des personnes de cultures différentes dans des contextes divers, ici et à l'étranger (mobilité étudiante, immigration, stage à l'international, au travail, etc.). Les enjeux contemporains de communication interculturelle internationale dans un monde interrelié seront examinés. Les rencontres interculturelles seront encouragées dans le cadre de ce cours, entre autres par le biais des apprentissages et des évaluations.

ECR1006 Ecriture journalistique

Connaître et utiliser l'écriture journalistique selon le style de rédaction des différents genres journalistiques.

La nouvelle, la brève, le reportage, l'entrevue, l'éditorial, la chronique, le dossier, l'enquête, etc. Les différentes plateformes médiatiques reliées à l'écriture journalistique et leurs spécificités rédactionnelles.

ECR1016 Techniques de rédaction

Développer ses habiletés rédactionnelles et accroître sa maîtrise du discours écrit.

Démarche de rédaction et principes fondamentaux de la communication écrite : clarté, lisibilité et cohérence. Structure de l'information et organisation des idées. Analyse et rédaction de différents types et genres de textes. Outils d'aide à la rédaction et à la révision.

ECR1017 Français de l'administration, des affaires et de l'industrie

Maîtriser les mécanismes de l'expression écrite dans le cadre d'activités professionnelles reliées au monde des affaires et de l'industrie.

Etude de différents types de documents. Acquisition de techniques d'écriture spécifiques. Eléments de terminologie spécialisée. Exercices de rédaction.

FRA1005 Difficultés grammaticales

Connaître et maîtriser les règles essentielles à l'usage d'un français écrit soigné, savoir analyser des constructions et repérer celles qui ne respectent pas la norme du français écrit. Utiliser les ouvrages de référence essentiels.

Les erreurs les plus fréquemment rencontrées dans les travaux universitaires. Les propriétés morphosyntaxiques des classes de mots (genre et nombre des noms et des adjectifs, conjugaisons verbales), les constructions des groupes (choix de la préposition, ordre des mots), les constructions de la phrase simple et de la phrase transformée (phrase impérative, interrogative, négative, etc.), les principales difficultés liées à la phrase complexe (le mode dans la subordonnée, le choix du subordonnant), les règles de l'accord dans les groupes et entre les groupes, l'emploi de la ponctuation.

Règlement pédagogique particulier : Pour s'inscrire à ce cours, l'étudiant doit avoir satisfait aux exigences relatives à la qualité du français, sauf pour les étudiants du programme 4478 Certificat en communication écrite.

FRA1016 Révision en communication écrite

Savoir effectuer la révision d'un texte dans le but de le rendre conforme à des critères linguistiques et fonctionnels reconnus.

Choix entre la norme prescriptive et la norme descriptive, utilisation des ouvrages de référence et des outils informatiques appropriés, révision linguistique (syntaxe, orthographe, vocabulaire, ponctuation, style, cohésion, etc.), lisibilité et intelligibilité d'un texte, adaptation fonctionnelle (registre de langue, public visé, etc.), exercices de révision de divers documents en communication écrite, exercices d'autocorrection, révision de pages web, révision et édition, normes de présentation.

FRA1021 Norme grammaticale et rédaction

L'objectif général de ce cours vise, d'une part, à faire réviser un certain nombre d'éléments de la terminologie grammaticale et de l'orthographe grammaticale, et, d'autre part, à faire réviser les notions propres à la rédaction d'un texte informatif et argumentatif et à les faire appliquer dans la rédaction de tels textes. Des outils de dépannage imprimés et électroniques, qui serviront de référence aux étudiants pour les aider dans leur cheminement dans ce cours, seront présentés.

La phrase et ses constituants; types et formes de phrases; classes de mots et groupes syntaxiques; fonctions syntaxiques; liaisons

des phrases (coordination, subordination; insertion). Accords : accords dans le GN (accord de l'adjectif complément du nom ou du pronom; accord du déterminant); accords dans le GV (accord du verbe avec le sujet; accord du participe passé). Conjugaisons des verbes. Règles d'utilisation des majuscules et des abréviations. Organisation de l'information dans un texte à caractère informatif et argumentatif. Présentation générale des idées dans divers types de textes. Mots de relation assurant la cohésion et la cohérence dans la phrase et entre les phrases ainsi que la signification et les liens introduits par ces mots de relation. Les charnières et structures syntaxiques propres à l'argumentation. Emploi du pronom relatif et des prépositions. La ponctuation. Écarts lexicaux : anglicismes; homonymes; paronymes; pléonasmes et redondances; incompatibilité sémantique; barbarisme et solécismes.

Règlement pédagogique particulier : Pour s'inscrire à ce cours, l'étudiant doit avoir satisfait aux exigences relatives à la qualité du français.

GCO1001 Théories et modèles de la communication

Connaître les théories et les modèles contemporains en communication. Connaître les règles de base relatives à la conceptualisation en communication. Se familiariser avec les trois grands champs d'activités de la communication et les modèles dominants qui s'y rattachent.

Emergence et évolution des sciences de la communication appréhendées dans le contexte général de l'évolution de la pensée scientifique et sociale. Principes de modélisation et inventaire des différents domaines couverts par la communication. Examen des principaux modèles relatifs à chacun de ces domaines à partir de problématiques concrètes qui permettront d'illustrer leur pertinence au réel.

GCO1004 Activité de spécialisation en communication (PCO1020)

Axé sur la planification de sa démarche en milieu réel, ce cours amènera l'étudiant à prendre connaissance de ses habiletés, à réaliser une synthèse de ses acquis et à définir un projet d'intervention ou de recherche qu'il réalisera dans le cadre de ce cours.

L'étudiant devra donc élaborer, réaliser et rédiger un projet d'importance (thèse de spécialisation ou rapport d'activités étoffé pour les projets à caractère professionnel) sous la direction d'un professeur.

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.

GCO1006 Communication graphique

Ce cours vise à familiariser l'étudiant au langage graphique et à l'utilisation de moyens complexes d'exploitation du graphisme et de l'image pour des fins de communication sociale.

Apprentissage du langage graphique : espace, direction, ligne, surface, contraste, etc. Composition graphique. Etudes des rapports entre le texte et l'image et de la mise en page. Etudes de divers aspects liés à la couleur. Animation d'objets graphiques. Utilisation de logiciels d'application pour le traitement graphique.

Note : Les étudiants doivent avoir, pour suivre ce cours, les logiciels de la suite Adobe suivants: Illustrator et Photoshop.

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. Etre conscient du rôle et des responsabilités des relations publiques dans la construction de l'espace public.

LNG1059 Texte publicitaire
Connaître et utiliser les mécanismes de fonctionnement de la langue publicitaire et les mettre en application dans des textes.

Facteurs linguistiques et sociopsychologiques utilisés par les publicitaires. Éléments lexicologiques ou stylistiques privilégiés. Rôle de la psychologie des masses dans la publicité et dans le choix des formes linguistiques les plus courantes. Interactions entre le texte publicitaire et les différents supports médiatiques : image, son, symbole.

LNG1078 Problèmes de vocabulaire

Permettre à l'étudiant de corriger et d'enrichir son vocabulaire.

L'utilisation du dictionnaire de langue et du dictionnaire spécial. La norme et les marques d'usage. L'emprunt linguistique et l'anglicisme : typologie des anglicismes québécois et recherche de leurs équivalents français. L'évolution du lexique et formation des mots. Racines grecques et latines. L'antonymie. Problèmes courants: archaïsme, barbarisme, homonymie / polysémie, solécisme, paronyme, pléonasme fautif, etc.

LNG1084 Communication écrite et vulgarisation
Maîtriser les techniques de rédaction permettant de rendre plus accessibles les textes techniques et scientifiques.

Caractéristiques linguistiques et discursives des textes techniques et scientifiques. Problèmes de communication en fonction de différents destinataires et canaux de diffusion. Techniques et stratégies d'adaptation des textes. Exercices pratiques.

LNG1087 Analyse grammaticale de la phrase simple
Maîtriser les piliers de la grammaire moderne afin d'analyser de façon systématique la phrase simple en français.

La phrase de base : structure et fonctions grammaticales du niveau de la phrase. Les quatre opérations syntaxiques (remplacement, ajout, effacement, déplacement) et les manipulations syntaxiques. Leur mise en œuvre dans l'analyse et la vérification de la bonne formation des phrases. Les types et les formes de phrases. La structure des groupes de mots : construction du groupe minimal et du groupe étendu, fonctions grammaticales des expansions. Propriétés sémantiques, morphologiques et syntaxiques des classes de mots. Les trois systèmes d'accord. La terminologie grammaticale moderne.

LNG1088 Analyse grammaticale de la phrase complexe (LNG1087)
Reconnaître et analyser les différentes structures de la phrase complexe formée par juxtaposition, coordination, insertion et subordination. Comprendre et utiliser la jonction de groupes formés par juxtaposition et par coordination.

De la phrase simple à la phrase complexe. Les classes de mots impliquées dans les constructions coordonnées et subordonnées : rôle du coordonnant et du subordonnant. Les procédés de jonction de phrases simples. Les phrases à construction particulière. La juxtaposition. La coordination. L'insertion : phrases incises et phrases incidentes. La subordination : subordonnée relative, subordonnée complétive, subordonnée circonstancielle, subordonnée corrélative. Le mode dans les phrases subordonnées. Accords et procédés de jonction : des accords complexes. Ponctuation des groupes formés par juxtaposition et par coordination, ponctuation des phrases complexes. La terminologie grammaticale moderne.

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.

MKA1001 Introduction au marketing

Développer chez l'étudiant une capacité à réagir aux situations conformément à l'esprit marketing. Fournir à l'étudiant un cadre

d'analyse et une méthode de résolution des problèmes de marketing des organisations quelles qu'elles soient (avec ou sans but lucratif). L'étudiant aura l'occasion d'appliquer les éléments du marketing dans une situation d'affaires.

Introduction aux différents éléments de marketing, à la prise de décision reliée au produit (marque, emballage, gamme, ligne), à la planification des outils de communication (publicité, promotion, force de vente), à la gestion de la distribution (choix des canaux de distribution, rôle des intermédiaires) et à la prise de décision en matière de prix (changement, fixation des prix).

Ce cours est également offert en anglais au groupe 15

Develop among students the capacity to react to organisational situations from a marketing perspective. Provide the student with an analytic framework and problem-solving method that will enable them to deal with marketing issues in profit or non-profit organisational contexts. Students will be asked to apply these marketing concepts in business situations.

Introduction to the different aspects of marketing; product-related decisions (branding, packaging, product lines and price-range); planning communication strategies (advertising, promotion, sales force); distribution management (choice of distribution channels, role of intermediaries), pricing related decisions (price changes and price setting).

MKA1002 Comportement du consommateur (MKA1001)

Sensibiliser l'étudiant à l'importance de l'"approche client" et développer chez lui une pensée orientée vers la satisfaction des consommateurs, peu importe le domaine de gestion qui l'intéresse. Par l'assimilation des principes de base en comportement du consommateur, l'étudiant sera en mesure de les utiliser efficacement sur le plan pratique. L'étudiant pourra faire l'analyse d'une situation en tenant compte des réactions des consommateurs et développer des stratégies de marketing appropriées afin d'influencer et de satisfaire les consommateurs.

Le contenu du cours incorpore des notions psychologiques appliquées au domaine de la consommation : processus décisionnel du consommateur, effet de la publicité et de la promotion sur les attitudes et sur les perceptions des consommateurs vis-à-vis des marques, l'influence de l'entourage (famille, amis, collègues de travail, etc.) et de la culture sur le choix de produits et de marques.

Règlement pédagogique particulier : Pour les programmes 2501, 2504, 2508, 2515, 2525, 4122, 4227, 6166, 6766, 6866, 7174, 7175, 7264, 7374, 7677, 7699, 7766, 9101, le préalable pour ce cours est MKA1001 Introduction au marketing.

MKA1004 Gestion des ventes de biens et de services (MKA1001)

Comprendre les principes de gestion d'une équipe de vente et l'importance du rôle de l'équipe de vente au sein du réseau de distribution.

Les grandes étapes du processus de vente : rôle de l'équipe de vente, processus de vente, processus de gestion de l'équipe de vente, la gestion des territoires, l'interaction entre les décisions liées à la distribution et à la vente, les aspects qualitatifs et quantitatifs liés aux activités de vente, les particularités des services ainsi que leur implication pour la gestion des ventes.

MKA1008 Recherche commerciale (MKA1001)
Sensibiliser l'étudiant à l'importance de l'information dans le processus décisionnel des responsables du marketing. Le familiariser avec les différentes étapes du processus de recherche commerciale, ainsi qu'avec les méthodes, les techniques et les outils de recherche fréquemment utilisés en marketing.

Dans ce cours, l'étudiant aura l'occasion de développer les habiletés de base dans le domaine de la recherche commerciale en réalisant un projet réel dans ce domaine. Il sera appelé à réaliser toutes les étapes d'une recherche commerciale depuis la rencontre avec les gestionnaires jusqu'au stade final de la rédaction d'un rapport.

MKA1010 Gestion de la distribution et commerce de détail (MKA1001)

Habiliter l'étudiant à décrire, concevoir et gérer un réseau de distribution adapté à la réalité des entreprises et des marchés. Intégrer les activités liées à la gestion des acteurs en distribution, incluant les acteurs du commerce de détail. Découvrir l'importance stratégique grandissante de la distribution en marketing. Analyser un réseau de distribution existant et proposer les améliorations nécessaires. Comprendre la contribution du commerce de détail à l'atteinte des objectifs de distribution.

Éléments descriptifs d'un réseau de distribution, approche normative de conception d'un réseau, éléments de gestion d'un réseau, service à la clientèle, gestion des conflits à l'intérieur d'un réseau de distribution, flux marketing et particularités du commerce de détail.

MKA1011 Communication marketing intégrée (MKA1001)

Presque tous les individus dans le monde actuel sont touchés chaque jour par la publicité ou une quelconque forme de communication. Les organisations publiques comme privées utilisent les outils de communication pour atteindre leur public cible de façon efficace et efficiente. Dans ce contexte, la notion de communication marketing intégrée s'avère un des fondements de succès des campagnes de communication, en coordonnant les diverses activités autour de valeurs communes aux clients.

Ainsi, l'objectif principal de ce cours s'articule autour des points suivants:

- Sensibiliser l'étudiant à l'importance d'une approche intégrée de communication en marketing - Développer, chez les participants, des connaissances leur permettant de déployer certaines habiletés lorsqu'ils seront confrontés à des problèmes concrets de communication. - Développer leur autonomie pour aller chercher de l'information nécessaire à la réalisation d'une campagne de communication.

PCO1004 Communication écrite et médias

Comprendre et connaître les différents aspects de la communication publique écrite et le fonctionnement des médias.

S'initier aux principales applications du discours écrit dans les différentes plateformes médiatiques.

Fonctions idéologiques, économiques et sociales des médias. Fonctions du langage et niveaux de langue (particularités linguistiques) dans la presse écrite et les diverses plateformes (radio, télévision, médias numériques). Analyse du contenu journalistique selon les médias. Analyse de l'argumentation dans les médias et le discours public. Introduction au discours publicitaire. Collaboration avec les médias (relations de presse). Publics cibles : formes et fonctions. Contexte de l'information et ses diverses influences sociales et politiques.

PCO1009 Communication et organisation

Etude des propriétés de la communication. Compréhension des modalités communicationnelles de l'organisation : double interaction, cycles de communication, conversations collectives et dialogue. Description des processus et structures de transmission de l'information, d'identification organisationnelle, de participation et de convergence symbolique. Intégration pratique des modèles d'organisation, de leur manifestation dans l'événement et de leur capacité à fédérer une variété d'acteurs dans un système d'actions complexes.

PCO1012 Communication et développement

Le cours vise à interroger les liens entre communication et développement à différentes échelles. Seront étudiés les paradigmes qui ont émergé depuis la Seconde guerre mondiale et qui ont donné lieu au développement international, de même que les paradigmes du développement local. Le rôle de la communication sera abordé en tenant compte de l'importante remise en question dont fait l'objet le développement international et de la nécessité d'adopter la perspective du développement durable.

PCO1013 L'audit en communication (PCO1009)

Etre capable de procéder à un audit de la communication pour une communauté, une organisation publique ou privée, un organisme bénévole aussi bien que pour une entreprise.

La démarche d'exécution d'un audit de la communication. Les documents qui constituent le centre névralgique d'une organisation. Les instruments de repérage des dispositifs de communication d'une organisation. Le point de vue des usagers, des acteurs et des destinataires de l'information. Le diagnostic et la production de recommandations.

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. Etre 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.).

PCO1016 La communication en situation d'urgence

Définir la communication en situation d'urgence et les différents concepts afférents. Distinguer la communication en situation d'urgence des autres champs de la communication. Identifier les enjeux de la communication en situation d'urgence. Situer la communication en urgence au sein d'une démarche d'analyse et de gestion des risques.

Faire connaître l'importance de la préparation et de la mise en place de mécaniques communicationnelles nécessaires à la réponse

en urgence. Faire comprendre les lourdes conséquences de la communication généralisée qui englobe toutes les décisions prises dans le milieu organisationnel. Identifier les étapes stratégiques d'une démarche de communication en urgence. Connaître les structures permettant l'instauration d'un dialogue entre parties intéressées tout en acceptant le rôle essentiel des médias dans le déroulement des événements.

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.

PCO1018 Introduction à la communication sociale

Ce cours vise à initier les étudiants aux principaux positionnements épistémologiques de recherches en communication et aux principales théories relatives à la communication sociale.

En soulignant la complexité de l'acte communicationnel, ce cours vise à étudier des situations de communication interpersonnelle (identité, interaction, etc.), de petits groupes (organisation, dynamique, etc.), de communication interculturelle (culture, principes d'inclusion, d'exclusion, etc.) et de communication virtuelle (médias sociaux, sociologie des usages, etc.).

PCO1019 Thèmes spéciaux en communication

L'objectif de ce cours est d'aborder les thèmes contemporains importants dans le domaine de la communication sociale. Le choix d'un thème est donc variable en fonction de l'année et du professeur/chargé de cours qui est titulaire du cours. A noter que l'approfondissement des connaissances des étudiants n'est pas limité qu'à des notions théoriques. La pratique professionnelle peut donc aussi faire l'objet d'un approfondissement dans le cadre de ce cours.

PCO1020 Initiation au travail intellectuel et à la recherche en communication

Le cours vise à introduire l'étudiant.e à l'épistémologie des sciences humaines et sociales et ensuite à comprendre les principaux paradigmes, approches et méthodes de recherche utilisés en communication. L'étudiant.e apprendra à problématiser, à conceptualiser et à retenir les approches et méthodes qui sont adaptés aux objectifs d'une recherche ou qui permettent de répondre à une question de recherche. Un court travail de recherche sera réalisé et les étudiant.e.s. auront à présenter leurs travaux et à en communiquer oralement le contenu. Les spécificités de la communication seront abordées.

PCO1021 Analyse et études de l'image dans les médias numériques (PCO1020)

Le cours vise à donner aux futurs communicateurs les outils nécessaires afin de développer un regard critique à propos des analyses en communication. À travers l'examen de différents cas dans le champ de la communication ainsi que par la réalisation d'une étude concrète portant sur les médias numériques, l'étudiant sera en mesure de mieux comprendre les stratégies et tactiques communicationnelles dans un monde hyper-médiatisé et hyper-connecté.

Apprécier les points forts et les particularités des études de cas propres au champ de la communication; porter un jugement à propos de la pertinence et de la qualité d'études en communication; identifier des enjeux éthiques et politiques associés à la communication. L'étudiant aura à rédiger un projet respectant les paramètres vus en classe.

PCO1022 Communication et culture

Permettre à l'étudiant de situer la contribution de l'approche communicationnelle dans l'étude de la culture. Connaître les théories et modèles qui, en sociologie de la culture, ont permis l'étude de la culture populaire, des pratiques médiatiques, des industries culturelles, de la culture classique, des goûts et de la distinction. Initier l'étudiant à quelques œuvres marquantes sur la distinction, l'omnivorisme ou l'univorisme et sur les industries culturelles. Ce cours vise à saisir le rôle de l'Etat en examinant les politiques culturelles à l'aune des paradigmes de démocratisation de la culture ou de démocratie culturelle. Comprendre la spécificité de l'étude communicationnelle des faits culturels en étudiant des objets de la culture populaire ou de la culture classique. Comprendre le rôle de la médiation et des médiations dans une approche communicationnelle de la culture.

PLR1045 Stratégies de communication et techniques de travail du rédacteur

Connaître et appliquer les bases théoriques et les techniques de la communication persuasive.

Spécificité des textes selon les différentes formes d'argumentation : le délibératif, le judiciaire, le démonstratif, l'esthétique et l'éthique. Production de textes : mises en situation, premiers jets, travail d'écriture, traitement graphique et typographique, intérêt et portée des textes. Les techniques de réécriture et de refonte des textes : grammaire, lexique, charnière logique, la chasse aux clichés, les mécanismes figuratifs du langage, l'ordre des mots, le ton du discours, l'élégance et l'exactitude de l'expression. Les techniques de correction d'épreuves.

PPL1003 Recherche et enquête journalistique

Elaborer une enquête journalistique ou un dossier journalistique en utilisant les notions et outils spécifiques reliés à la recherche et à la communication en tenant compte de la réalité médiatique contemporaine.

L'étudiant, dans le contexte des médias publics (radio, télévision, journaux) et sociaux (Facebook, Twitter, etc.), sera amené à élaborer une enquête journalistique ou un dossier journalistique à partir des éléments suivants : élaboration des objectifs, recherche de sources crédibles, authentification des sources, entrevues, gestion et tri des informations, rédaction, conception et compréhension de sondages jusqu'à la rédaction finale de son travail.

PPL1007 Ressources multimédiatiques et langue française

Initier l'apprenant aux ressources multimédiatiques mises à sa disposition tant en matière d'apprentissage du français qu'en ce qui touche un cadre de travail en français (p. ex. : en enseignement, en rédaction, en communication).

Analyse des caractéristiques spécifiques de ressources multimédiatiques par rapport à d'autres formes de ressources. Apports, relations et complémentarité entre diverses ressources de la Toile et d'autres de pointe. Analyse de ressources à partir de critères. Evaluation et critique de contenus de sources médiatisées. Constitution d'une banque de ressources personnalisées au regard des critères explicités. Création de devis d'utilisation opérationnels et personnalisés en faveur de la langue française, à partir de ressources multimédiatiques variées et exemplaires.

PPU1025 Synthèse des apprentissages en communication et développement de carrière
Axé sur la planification de sa démarche en milieu réel, ce cours amènera l'étudiant à réaliser une synthèse de ses acquis et à définir le projet d'intervention qu'il réalisera dans le cadre du stage.

Recherche de synthèse des fondements théoriques et pratiques qui justifient l'intervention. Le milieu professionnel et ses exigences. Définition des rôles des principaux acteurs et exploration de certaines pratiques d'intervention. Planification d'une intervention en situation d'interaction sociale en milieu professionnel.

Règlements pédagogiques particuliers :

Pour s'inscrire au cours PPU1025 Synthèse des apprentissages en communication et développement de carrière la personne étudiante doit avoir une moyenne cumulative d'au moins 2,7 sur 4,3. De plus, elle doit avoir réussi 36 crédits ou y être inscrite et elle doit avoir obtenu au moins B- dans FRA1021 ou l'équivalent (examen d'équivalence).

RTV1001 Production avancée de contenu audio et vidéo pour les médias numériques (MCO1011)
Consolider les habiletés de scénarisation et de production audio et vidéo à travers des expériences pratiques pour les médias numériques. Développer une démarche de planification et d'évaluation de la production audio et vidéo sur les plateformes numériques.

SIF1020 Systèmes d'information pour fins de gestion
Comprendre le rôle et l'impact des systèmes d'information (SI) et des technologies de l'information (TI) pour une organisation, ses différents processus, sa gestion et sa prise de décision. Saisir les enjeux stratégiques des choix technologiques qui sont à faire dans un cadre de gestion (performance, avantage concurrentiel, alignement stratégique, etc.). Acquérir les connaissances permettant de participer activement au processus de choix, d'adoption, de développement, d'implantation et d'utilisation des SI/TI dans une organisation. Distinguer les rôles complémentaires des SI et des TI. Se familiariser avec leurs différentes applications à l'ère numérique (affaires et commerce électroniques, mobilité et sans fil, données massives, intelligence artificielle, etc.).

Concepts fondamentaux : définition et spécifications des notions de base relatives aux SI/TI (intégration, processus, approche sociotechnique, etc.). Nature et composantes des différents types de systèmes dédiés au traitement de l'information organisationnelle (transactionnels, de gestion, d'aide à la décision, pour dirigeants, etc.). Éléments de planification stratégique des SI/TI pour et dans une organisation (analyse de l'écosystème d'affaires, gouvernance, etc.). Utilisation des SI/TI à des fins de soutien à la gestion opérationnelle, tactique et stratégique par l'intermédiaire de SI fonctionnels, inter-fonctionnels, organisationnels et inter-organisationnels, incluant leurs différentes applications. Principes pour le développement des SI/TI et leur implantation dans une organisation (analyse des besoins, méthodes de conception, gestion de projet, facteurs de succès, etc.).

SOL1017 Communication politique, médiatisation et affaires publiques
Contenu : 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 et des affaires publiques, 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.

Objectif général du cours : connaître et comprendre les liens entre la médiatisation, l'État et les différents acteurs dans l'espace public numérique.