

## Baccalauréat général en communication

**Téléphone :** 514 987-3000 #1214  
**Courriel :** communication.bacgeneral@uqam.ca

Code	Titre	Grade	Crédits
6628	Baccalauréat général en communication	Bachelier ès arts, B.A.	90

<b>Trimestre(s) d'admission</b>	Automne Hiver
<b>Contingent</b>	Programme non contingenté
<b>Régime et durée des études</b>	Offert à temps complet ou à temps partiel
<b>Campus</b>	Campus de Montréal

## OBJECTIFS

Le baccalauréat général en communication a pour objectif d'offrir une formation générale, à la fois théorique et pratique, couvrant les principaux domaines de la communication. Il vise à former des généralistes de la communication, à la fois capables d'une analyse critique et d'interventions concrètes en communication.

De manière plus spécifique, ce parcours vise à former des professionnelles et professionnels de la communication polyvalents, possédant une connaissance globale du champ et qui sont en mesure de soutenir les petites et moyennes ou grandes entreprises ainsi que les OSBL sur les problématiques de communication interne et externe. Le programme permet de maîtriser les principales notions et pratiques des grands secteurs de la communication.

## CONDITIONS D'ADMISSION

### Capacité d'accueil

Le programme n'est pas contingenté.

### Trimestre d'admission (information complémentaire)

Admission à l'automne et à l'hiver (bases DEC et Études universitaires seulement pour les admissions à l'hiver)

### Connaissance du français

Toutes les personnes candidates doivent posséder une maîtrise du français attestée par l'une ou l'autre des épreuves suivantes : l'épreuve uniforme de français exigée pour l'obtention du DEC, le test de français écrit de l'UQAM. Sont exemptées de ce test les personnes détenant un grade d'une université francophone et celles ayant réussi le test de français d'une autre université québécoise.

### Base DEC

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

Les personnes candidates qui ont une cote R inférieure à 24 devront réussir le cours PHI1000 Méthodologie de la pensée écrite ou le cours PHI2028 Pensée critique et dialogue dès leur premier trimestre d'études.

### Base expérience

Posséder des connaissances appropriées, être âgé d'au moins 21 ans et avoir poursuivi des travaux ou exercé des fonctions requérant des connaissances en communication ou en recherche dans le domaine pendant au moins 2 ans.

Les personnes candidates admises sur la base expérience devront réussir le cours PHI1000 Méthodologie de la pensée écrite ou le cours PHI2028 Pensée critique et dialogue dès leur premier trimestre d'études.

### Base études universitaires

Avoir réussi cinq (5) cours de niveau universitaire.

Les personnes candidates admises ayant une moyenne inférieure à 3,0 doivent réussir le cours PHI1000 Méthodologie de la pensée écrite ou le cours PHI2028 Pensée critique et dialogue dès leur premier trimestre d'études.

### Base études hors Québec

Être titulaire d'un diplôme approprié obtenu à l'extérieur du Québec après au moins treize années\* de scolarité ou l'équivalent.

\*À moins d'ententes conclues avec le Gouvernement du Québec.

Les personnes candidates ayant une moyenne inférieure à 12 doivent réussir le cours PHI1000 Méthodologie de la pensée écrite ou le cours PHI2028 Pensée critique et dialogue dès leur premier trimestre d'études.

### Régime et durée des études

Le programme peut être suivi à temps complet ou à temps partiel.

## COURS À SUIVRE

(Sauf indication contraire, les cours comportent 3 crédits. Certains cours ont des préalables. Consultez la description des cours pour les connaître.)

### COURS D'ENTRÉE

#### Introduction aux différents domaines de la communication (minimum 18 crédits)

#### Un cours (3 crédits) au choix parmi les cours suivants :

COM3005 Paradigmes et théories en communication humaine

COM3006 Théories de la communication

EDM1001 Introduction aux théories de la communication médiatique

EDM1003 Théories de la communication médiatique et journalisme

#### Au moins cinq cours (minimum 15 crédits) au choix parmi les suivants :

ACM1100 Introduction à l'action culturelle au Québec et dans le monde

COM1159 Théories de la communication interpersonnelle

COM1210 Introduction à la communication stratégique et aux relations publiques  
 COM1551 Introduction à la communication internationale et interculturelle  
 COM3104 Communication organisationnelle  
 COM3130 Analyse critique du phénomène publicitaire  
 EDM1050 Connaissance des médias  
 EDM1501 Analyse des productions médias  
 EDM1560 Médias socionumériques  
 FCM1514 Démarches de recherche en communication  
 FCM3240 Histoire des communications

#### COURS COMPLÉMENTAIRES

Un minimum de six cours (18 crédits) au choix parmi les blocs de cours suivants, dont un maximum de 2 cours (6 crédits) par bloc :

##### Bloc complémentaire 1 : action culturelle

COM3206 Action culturelle, espace public et participation  
 COM4042 La dimension symbolique de la culture

##### Bloc complémentaire 2 : communication humaine dans les organisations

COM1631 Fondements théoriques de l'intervention et de l'accompagnement en milieux organisés

COM3170 Communication et changement organisationnel

##### Bloc complémentaire 3 : communication internationale et interculturelle

COM5160 Enjeux contemporains de communication et système international

COM5165 Communication, diasporas et mutations identitaires

##### Bloc complémentaire 4 : communication marketing

COM2670 Productions écrites et orales en communication marketing  
 COM3070 Communication marketing et technologies de communication

##### Bloc complémentaire 5 : communication médiatique

EDM1007 Approches sociopolitiques des communications médiatiques  
 EDM4500 Médias et société

##### Bloc complémentaire 6 : communication stratégique et relations publiques

COM1068 Relations médias et influenceurs  
 COM2616 Communication de crise

##### Bloc complémentaire 7 : journalisme

EDM4541 Journalisme et société

##### Bloc complémentaire 8 : langues et cultures

ALL1030 Langue et culture des pays germanophones  
 ARA1110 Introduction à la langue et à la culture arabes  
 CHN1000 Introduction à la langue et à la culture de la Chine  
 ESP1010 Langue, cultures et identités dans le monde hispanophone  
 JPN1110 Introduction à la langue et à la culture du Japon  
 ITA1030 Introduction à la langue et à la culture italiennes

##### Bloc complémentaire 9 : médias numériques

EDM1006 Approches théoriques de la technique et des technologies  
 EDM2860 Technologies numériques et société

##### Bloc complémentaire 10 : médias sociaux et organisation

COM3126 Veille et évaluation des communications en ligne  
 COM3136 Diffusion et réception en communication

##### Bloc complémentaire 11 : stratégies de production culturelle et médiatique

EDM2005 Les industries de la culture et des communications  
 EDM2030 Stratégies de mise en marché, de promotion et de diffusion dans les domaines des communications et de la culture

#### COURS D'APPROFONDISSEMENT THÉMATIQUES

Un maximum de 12 cours (36 crédits) au choix parmi les blocs suivants, dont un maximum de 3 cours (9 crédits) dans un même bloc :

##### Bloc d'approfondissement thématique 1 : action culturelle

COM3216 Animation et créativité  
 COM5012 Sport, communication et culture populaire  
 SAC3130 L'action culturelle à travers les médias  
 SAC4530 Action culturelle et théâtre populaire

##### Bloc d'approfondissement thématique 2 : communication humaine dans les organisations

COM1116 Atelier de formation à la communication aidante

COM1525 Communication humaine et conflits  
 COM5049 Communication humaine et santé au travail  
 COM5080 Réseaux de communication interpersonnelle

##### Bloc d'approfondissement thématique 3 : communication internationale et interculturelle

COM5155 Pratiques de communication en contexte international : simulations et interactions

COM5170 Communication internationale et question de genre

##### Bloc d'approfondissement thématique 4 : communication marketing

COM6070 Éthique de la communication marketing et de la gestion de la marque

COM6166 Concepts publicitaires

COM6177 Enjeux de création publicitaire

COM6188 Communication commerciale et réputation

##### Bloc d'approfondissement thématique 5 : communication médiatique

EDM3210 Organisation économique des médias  
 EDM3247 Histoire de l'expression visuelle et sonore

EDM3555 Rhétorique des médias interactifs

EDM4522 Oeuvres marquantes en télévision

FCM2100 100 ans de cinéma : art en évolution

##### Bloc d'approfondissement thématique 6 : communication stratégique et relations publiques

COM1112 (e)réputation, médias sociaux et relations publiques  
 COM2065 Évaluation éthique et esthétique des productions culturelles  
 COM2066 Affaires publiques, influence et représentation d'intérêts  
 COM2067 Rhétorique, argumentation et plaidoyer

##### Bloc d'approfondissement thématique 7 : journalisme

EDM4543 Points tournants et figures de proue du journalisme québécois  
 EDM5261 Information internationale

##### Bloc d'approfondissement thématique 8 : langues et cultures

ALL1230 Langue et cinéma allemands  
 ARA1111 L'arabe à travers la littérature, le cinéma et la musique  
 CHN1111 Le cinéma chinois: kung-fu, modernité, postmodernité et horreur filmique

ESP2200 L'espagnol et les médias

ITA1034 Langue, culture et cinéma italiens

JPN1111 Le cinéma d'animation et d'horreur japonais

##### Bloc d'approfondissement thématique 9 : médias numériques

EDM1004 Histoire des technologies numériques de l'information et de la communication

EDM3110 Technologies des médias socionumériques

##### Bloc d'approfondissement thématique 10 : médias sociaux et organisation

COM3111 Animation de communautés en ligne et phénomènes de groupes

COM3114 Éthique de la communication sur internet

COM3118 Création éditoriale en ligne

COM5115 Communication et rapports de sexes

##### Bloc d'approfondissement thématique 11 : stratégies de production culturelle et médiatique

EDM1002 Communication et veille technologique  
 EDM2035 Organisation d'événements culturels et de communication  
 FIN1715 Le financement d'un bien culturel  
 JUR1250 Aspects juridiques, réglementaires et politiques dans les domaines des communications et de la culture

#### COURS HORS DISCIPLINE (18 crédits)

6 cours au choix (18 crédits) non siglés COM ou EDM

## RÈGLEMENTS PÉDAGOGIQUES PARTICULIERS

### Passerelle entre programmes

Les personnes étudiantes qui souhaitent passer au baccalauréat général en communication à partir d'un autre programme d'études de la Faculté de communication seront admises sur la base Études universitaires et les cours du baccalauréat général en communication déjà suivis seront reconnus. Inversement, les personnes étudiantes qui souhaitent passer du baccalauréat général en communication vers un

autre programme d'études de la Faculté de communication devront satisfaire aux exigences d'admission du programme choisi. Les cours du programme sélectionné déjà suivis seront reconnus.

### Cours de l'École de langues et inscription à un programme de concentration

Le cheminement du baccalauréat général en communication permet aux personnes étudiantes de suivre 5 cours de langues (15 crédits) dans la section des cours hors discipline. Si une personne étudiante souhaite suivre 5 cours dans une même langue durant son parcours au baccalauréat, elle peut recevoir une attestation d'études dans un programme de concentration de 1er cycle.

Pour recevoir cette attestation, la personne étudiante doit communiquer le plus tôt possible avec le secrétariat du programme afin de s'inscrire formellement au programme de concentration choisi.

Les programmes de concentrations en langues sont les suivants :

- [Allemand](#)
- [Anglais](#)
- [Espagnol](#)
- [Japonais](#)
- [Langue et culture arabes](#)
- [Langue et culture chinoise](#)
- [Langue et culture italienne](#)

### Préalables académiques

Nous portons à votre attention les cours au choix offerts dans le programme qui contiennent des préalables académiques :

- Le cours COM1525 Communication humaine et conflits (Bloc thématique 2 : communication humaine dans les organisations) a pour préalable le cours COM1159 Théories de la communication interpersonnelle (cours d'entrée).
- Pour vous inscrire au cours ESP2200 L'espagnol et les médias, vous devez avoir suivi le cours ESP1200 Espagnol II ou avoir un niveau de maîtrise de la langue équivalent (un test de classement doit être fait).

## DESCRIPTION DES COURS

### ACM1100 Introduction à l'action culturelle au Québec et dans le monde

#### Objectifs

Ce cours sert à familiariser les personnes étudiantes avec leur futur champ de pratique. Premier cours de l'axe Penser l'action culturelle, il sert à : Permettre d'acquérir les connaissances de base sur l'histoire de ce champ de pratique au Québec et dans le monde. Comprendre la notion d'action culturelle et ses diverses applications.

#### Sommaire du contenu

Introduction à l'action culturelle et au développement des terrains de la culture au Québec. À partir des profondes transformations liées à la société de masse, nous apprendrons à connaître les conditions structurelles et sociales d'émergence de l'action culturelle (modernité, industrialisation, conquête du temps libre, droit à la culture, investissements étatiques), des orientations de l'action culturelle (développement culturel, démocratisation de la culture, démocratie culturelle), ainsi que des creusets lui ayant donné naissance (mobilisation des artistes, animation sociale et éducation populaire, mouvement communautaire autonome, loisir socioculturel). Rôles et fonctions de l'action culturelle à partir d'auteurs incontournables dans le champ. Ce cours, tout en focalisant sur le contexte québécois, intègre les grandes tendances du champ à l'international.

### ALL1030 Langue et culture des pays germanophones

Ce cours donné en français est une introduction générale à la langue et à la culture des pays germanophones. Les étudiants pourront y acquérir des connaissances au sujet des particularités de la langue allemande ainsi qu'au sujet des différentes structures sociales, politiques et culturelles de l'Allemagne, de la Suisse et de l'Autriche. À l'issue de ce cours, les étudiants sauront mieux comprendre, analyser, évaluer et apprécier les diverses caractéristiques des sociétés des pays germanophones. Différents thèmes seront abordés : l'origine de la langue allemande et les particularités langagières et culturelles des

pays germanophones; les réalités politique et économique contemporaines; les grands courants artistiques. Étude de textes littéraires et d'articles de journaux en langue française. Modalités : Visionnement d'extraits de films et discussions. Invitation de conférenciers au besoin. Utilisation des technologies éducatives appropriées en salle de classe.

### ALL1230 Langue et cinéma allemands

Ce cours donné en français s'adresse aux étudiants qui ont des connaissances de base en allemand et qui désirent comprendre la langue allemande à travers des textes et des documents audiovisuels en lien avec le cinéma allemand. Le cours vise également à approfondir les connaissances de la culture allemande par l'étude des oeuvres les plus marquantes. À l'issue de ce cours, les étudiants seront en mesure de mieux saisir le contexte social, politique et culturel dans lequel les films ont été réalisés. Présentation d'un éventail d'extraits de films germanophones en allemand et en français, sous-titrés en allemand. Découverte des cinéastes allemands les plus reconnus. Familiarisation avec la terminologie appliquée dans le milieu du cinéma. Sensibilisation aux particularités individuelles, sociales et régionales de l'allemand oral. Développement de la compréhension écrite en allemand par l'étude des sous-titres, des extraits de scénario, des biographies des réalisateurs.

#### Modalité d'enseignement

Cours magistraux, projection de films et discussions. Utilisation des technologies éducatives appropriées en salle de classe.

### ARA1110 Introduction à la langue et à la culture arabes

#### Objectifs

Ce cours donné en français a pour objectif de permettre à l'étudiant de découvrir la langue arabe standard, les niveaux de langue et les dialectes locaux ainsi que d'apprivoiser les différents éléments de la culture classique dans la construction de l'identité arabe moderne.

#### Sommaire du contenu

Présentation du Monde arabe et de la langue arabe à travers l'histoire, la sociologie, la géographie naturelle et humaine, l'arabité et l'Islam, la littérature, entre autres. Les thèmes abordés permettent de saisir la grande diversité du Monde arabe, son évolution dans le temps, l'héritage intellectuel et technique de la civilisation arabo-islamique, la période contemporaine, les échanges avec l'Occident ainsi que la pensée arabe moderne, sans oublier le printemps arabe. Ce cours aborde également les enjeux de la mondialisation ainsi que le long chemin vers l'émancipation politique et culturelle.

### ARA1111 L'arabe à travers la littérature, le cinéma et la musique

#### Objectifs

L'objectif de ce cours, donné en français, est de présenter un survol de différents champs culturels des pays arabophones. Une attention particulière est accordée aux grands succès et aux chefs-d'œuvre anciens et contemporains en littérature, en musique, au cinéma et au théâtre.

#### Sommaire du contenu

Des extraits de films, de pièces de théâtre ou d'interviews avec des cinéastes, réalisateurs et acteurs, sont visionnés en arabe, avec sous-titrage, ce qui permet aux étudiants de se familiariser avec la prosodie de l'arabe. La lecture de romans ou de poèmes se fait en version bilingue lorsqu'elle est disponible, en arabe et en français, ou en français. La musique est abordée à travers l'écoute d'artistes de grande renommée et de quelques vedettes actuelles, sans oublier la musique andalouse.

### CHN1000 Introduction à la langue et à la culture de la Chine

#### Objectifs

Ce cours, donné en français, vise à initier les étudiantes, les étudiants aux principales étapes historiques et socioculturelles qui ont marqué l'évolution de la société chinoise, société à la fois millénaire et moderne. L'objectif général du cours est de présenter un panorama de la société à travers sa langue officielle (le chinois mandarin), son histoire, ses grands penseurs, son émergence comme puissance économique, ses inventions et leur rayonnement, ainsi que ses grands courants

artistiques. À la fin du cours, l'étudiant aura une connaissance générale de la culture chinoise et saura évaluer la place de la Chine dans le monde contemporain.

#### Sommaire du contenu

À travers l'étude d'extraits de textes philosophiques, littéraires et sociohistoriques, de documents audiovisuels et d'entretiens, les étudiants, les étudiants seront initiés à l'histoire de la Chine ainsi qu'aux enjeux de la société chinoise contemporaine. Différents thèmes seront abordés : les particularités de la langue et de l'écriture chinoises, les événements historiques marquant l'évolution de la société chinoise, les grands courants philosophiques et artistiques, les traditions, la gastronomie et l'étiquette chinoise des affaires. Des conférenciers spécialistes seront invités pour aborder plus précisément certains sujets.

#### **CHN1111 Le cinéma chinois: kung-fu, modernité, postmodernité et horreur filmique**

##### Objectifs

L'objectif de ce cours, donné en français, est l'étude et l'analyse de la culture chinoise, tant ancienne que contemporaine, par son cinéma.

#### Sommaire du contenu

Depuis les trois dernières décennies, le cinéma de la Chine continentale, ainsi que celui de Hongkong et de Taïwan, est l'objet d'une reconnaissance croissante en Occident. Des cinéastes contemporains tels Chen Kaige, Zhang Yimou, Wang Kar-Wai, Hou Hsiao Hsien, Jia Zhangke et Ang Lee, contribuent à sa renommée. L'analyse de films comme *Adieu ma concubine*, *In the Mood for Love*, *Tigre et dragon* et *Vivre* ouvriront la porte à des réflexions approfondies au sujet de la philosophie, de la mythologie et de la culture chinoise, ainsi qu'au lien entretenu par la Chine contemporaine avec le cinéma. Les films sont présentés en langue originale, avec sous-titrage, ce qui permet aux étudiants de se familiariser avec la prosodie de la langue.

#### Modalité d'enseignement

Cours magistral et discussions en classe. Présentations multimédias.

#### **COM1068 Relations médias et influenceurs**

##### Objectifs

Ce cours vise à familiariser les personnes étudiantes avec la pratique des relations médias. L'accent sera mis à la fois sur la compréhension des principales dimensions liées à l'écosystème médiatique (économie des médias, y compris des médias sociaux; fonctionnement d'une salle de presse; déontologie journalistique), sur la planification des relations médias (création de listes de presse et d'un dossier de presse, élaboration de messages clés; diffusion des messages et relations avec les journalistes; types d'interventions médiatiques CONFÉRENCE DE PRESSE, POINT DE PRESSE, ENTREVUES RADIO ET TÉLÉVISÉES, CAPSULES WEB; outils de planification, d'exécution et d'évaluation de la performance), ainsi que sur l'intervention médiatique (présentation de soi, prise de parole efficace et formation de porteparole). Les relations avec les personnes influenceuses seront également abordées (identification de personnes influenceuses pertinentes en regard des objectifs stratégiques de la campagne médiatique, proposition d'affaires, aspects réglementaires et éthiques). Le cours intègre une dimension pratique liée à l'intervention dans les médias; à partir de cas fictifs, les personnes étudiantes devront simuler des interventions médiatiques. À l'issue de ce cours, les personnes étudiantes seront en mesure de : comprendre le fonctionnement des médias, y compris la logique économique des médias sociaux; planifier une campagne stratégique de relations médias auprès de journalistes et de personnes influenceuses, de l'identification des objectifs à la création des messages, en passant par l'évaluation de la performance; comprendre les principaux outils utiles aux relations médias; saisir les enjeux éthiques et réglementaires liés aux relations médias; intervenir dans les médias de manière efficace.

#### Sommaire du contenu

Les contenus suivants seront abordés : écosystème médiatique (acteurs traditionnels, nouveaux médias, numérique, industrie médiatique); métiers des médias (journalistes, cadres, intermédiaires,

personnes influenceuses et relayeuses); processus médiatique (caractéristiques d'une nouvelle, agenda journalistique et interactions entre les médias); outils (identification des médias, création de listes de presse, d'un dossier de presse et analyse des impacts); développement de contenus (construire sa stratégie, les messages et comprendre comment la mettre en oeuvre); types d'interventions médiatiques (entrevue radio et télévisée, conférence de presse, point de presse, capsules vidéo); cadre réglementaire et éthique (encadrement législatif, organismes de surveillance, gérer les différends); développement de son propre média (avantages et inconvénients, comment faire, comment gérer).

#### Modalité d'enseignement

Exposés magistraux, présentations de personnes invitées et ateliers pratiques en studio de télévision et de radio

#### **COM1112 (e)réputation, médias sociaux et relations publiques**

##### Objectifs

Le cours vise à sensibiliser les personnes étudiantes à la place, aux enjeux et aux modalités d'utilisation des médias siconomériques en relations publiques dans le cadre de stratégies de communication organisationnelle et publique. Il propose de se concentrer sur l'élaboration d'une stratégie de relations publiques par et sur les médias siconomériques visant à gérer la réputation en ligne d'une organisation, ainsi que sur les pratiques associées. Une attention particulière sera portée à la compréhension des usages des publics en ligne ainsi qu'au fonctionnement des plateformes et des applications numériques. Les objectifs spécifiques du cours sont de : obtenir un aperçu de l'économie du numérique dans laquelle s'insèrent les organisations souhaitant faire des relations publiques par les médias siconomériques; définir et mesurer la (e)réputation d'une organisation; aborder un panorama des stratégies de relations publiques dans des environnements numériques; comprendre plusieurs notions centrales (algorithmes, gestion de communautés, etc.); développer un regard critique sur ces notions et les méthodes qui les accompagnent; faire usage, dans une visée stratégique de gestion de la (e)réputation, des médias siconomériques (gestion de communautés en ligne, mise en circulation de contenus, relations avec des leaders d'opinion); développer une stratégie de gestion de la (e)réputation par et sur les médias siconomériques.

#### Sommaire du contenu

Les éléments de contenu suivant seront couverts : introduction aux plateformes numériques et à leurs modèles économiques (attention, captation de données, etc.); appréhension du fonctionnement technique des plateformes (algorithmes et *Big data*); analyse des formes de sociabilités propres aux plateformes dites de « médias sociaux »; développement d'une grille et usage d'outils d'analyse des publics et de leurs utilisations en fonction des plateformes; animation de comptes sur les médias sociaux; identification de leaders d'opinion en ligne; gestion de communautés en ligne (outils, pratiques et modération); stratégies de relation publique sur les médias sociaux; débat sur les aspects éthiques.

#### Modalité d'enseignement

Exercices pratiques, travail pour une organisation réelle

#### **COM1116 Atelier de formation à la communication aidante**

##### Objectifs

Ce cours-atelier a pour objectif général de permettre aux étudiants de s'initier et de s'exercer aux diverses habiletés de la communication aidante.

#### Sommaire du contenu

Les habiletés suivantes seront développées : écoute active, confrontation, immédiateté; questionnement, reflet, reformulation, et autres. Sont également abordées les étapes de la communication aidante : l'exploration des émotions, des pensées, des attitudes et des comportements; le partage des interprétations et l'orientation de l'action.

#### Modalité d'enseignement

Cours-atelier

**COM1159 Théories de la communication interpersonnelle**

## Objectifs

Ce cours vise la connaissance et la compréhension des théories, des phénomènes et des processus de communication interpersonnelle. Il permet l'élaboration de cadres d'analyse qui favorisent la lecture des phénomènes de communication interpersonnelle dans leurs dimensions cognitive, affective et spatio-temporelle. En complément, il vise le développement de compétences transversales en situation de communication interpersonnelle.

## Sommaire du contenu

Ce cours explore la communication interpersonnelle dans ses différentes dimensions. Il aborde notamment la communication intrapersonnelle, verbale, non verbale, paraverbale, en face-à-face et médiatisée, ainsi que les enjeux relationnels et les dynamiques conflictuelles dans différents contextes (communication médiatisée par ordinateur, professionnelle, hiérarchique, entre pairs, intergénérationnelle, interculturelle, etc.). Il favorise aussi le développement d'habiletés de communication interpersonnelle telles que l'écoute, l'expression, le feedback, le questionnement, etc.

**COM1210 Introduction à la communication stratégique et aux relations publiques**

## Objectifs

Ce cours a pour objectif d'introduire les personnes étudiantes à la communication publique stratégique en tant que discipline dans laquelle s'insère le champ des relations publiques. Il vise ainsi à présenter les grands principes de la communication stratégique, puis à familiariser la personne étudiante avec ses implications dans le domaine des relations publiques en contexte démocratique. Seront par conséquent abordés les fondements théoriques associés à la pratique, les différentes facettes du métier, les éléments qui composent l'environnement sociopolitique contemporain dans lequel il s'exerce et les enjeux qui s'y associent, de même que les aspects éthiques et critiques liés à la profession de relationniste. À l'issue de ce cours, la personne étudiante sera en mesure de : saisir les grands principes de la communication stratégique et examiner l'implication de ceux-ci dans le champ des relations publiques; connaître l'évolution des relations publiques depuis le début du siècle dernier; comprendre les principaux modèles théoriques en relations publiques; saisir la valeur que peuvent prendre les relations publiques aux yeux d'une organisation, dans la mesure où celles-ci sont menées de manière stratégique et dûment évaluées; avoir conscience de l'environnement sociopolitique dans lequel s'exerce la profession, particulièrement en ce qui a trait au contexte médiatique contemporain marqué par le rôle incontournable des médias sociaux numériques, ainsi qu'à la notion d'acceptabilité sociale et à son ancrage dans le concept de responsabilité sociale des entreprises; avoir un aperçu des différentes facettes du métier (gestion des communautés, relations de presse et avec les personnes influenceuses, organisation d'événements, gestion de l'image de marque, influence des affaires publiques, etc.); saisir la nuance entre les différents milieux de pratique, particulièrement la pratique en cabinet par rapport à la pratique en organisation; émettre un point de vue critique à l'endroit d'une campagne de relations publiques et de la profession dans son ensemble, notamment sur la base de considérations éthiques.

## Sommaire du contenu

Le cours abordera les éléments de contenu suivants : principes de la communication stratégique; notion de publics et d'opinion publique; gestion des images d'une organisation et enjeux de réputation; histoire des relations publiques; modèles théoriques en relations publiques, incluant leur rôle social et les perspectives critiques; notions de responsabilité sociale et d'acceptabilité sociale; contexte médiatique québécois; enjeux éthiques liés à la communication stratégique et aux relations publiques.

## Modalité d'enseignement

Enseignements théorique et pratique, études de cas, exercices pratiques, conférences

**COM1525 Communication humaine et conflits**

## Objectifs

Ce cours permet de développer une meilleure compréhension des phénomènes de communication liés aux situations conflictuelles auxquelles on doit faire face dans les milieux organisés.

## Sommaire du contenu

Il permet aussi de développer des compétences utiles en matière de prévention, de gestion ou de dénouement de conflits, dans les interactions professionnelles et en situation d'intervention en milieu organisés : identifier les conflits et leurs composantes; analyser les dynamiques relationnelles conflictuelles; reconnaître les obstacles au dénouement des conflits relationnels; expérimenter les étapes de l'approche collaborative de gestion des conflits interpersonnels; réaliser une rencontre de collaboration; comprendre le rôle de tierce partie (éthique, biais et délégation); prévenir les conflits destructeurs; et évaluer une intervention touchant la résolution de conflit. La notion de conflits entre les groupes sera abordée par des outils permettant de poser un diagnostic et de réaliser une intervention pour résoudre les conflits de groupes. Le développement de la conscience de soi en interaction fait aussi l'objet de ce cours.

## Préalables académiques

COM1159 Théories de la communication interpersonnelle

**COM1551 Introduction à la communication internationale et interculturelle**

## Objectifs

Ce cours vise à permettre à l'étudiant une appropriation des connaissances de base ainsi que celle des notions clés en vue de lui permettre une compréhension adéquate des problématiques contemporaines de la communication internationale et interculturelle. Il vise également à doter l'étudiant des compétences pour appréhender et analyser la diversité des stratégies de communication possibles dans un contexte mondialisé.

## Sommaire du contenu

Le cours présente les connaissances de base pour comprendre les problématiques contemporaines et les notions clés de la communication internationale et de la communication interculturelle (mondialisation, État-nation, cultures, interculturalité, pouvoir, information internationale, identité, altérité, etc.). Il aborde les spécificités et les points de convergence de chacun de ces deux champs d'études de la communication ainsi que leurs influences disciplinaires. Il arrime des perspectives théoriques à des enjeux pratiques. Le cours analyse des enjeux contemporains centraux en communication internationale, notamment celui relatif à la mutation des dimensions communicationnelles touchant aux rapports entre les divers acteurs de la mondialisation (acteurs étatiques, organisations internationales et autres acteurs non étatiques). Il explore la dimension interculturelle en s'interrogeant sur les phénomènes de communication en situation de pluralisme culturel. À cet égard, les concepts de cadre culturel et de système de communication sont conjointement mobilisés pour appréhender et analyser différentes stratégies, différents processus et divers phénomènes de communication dans un contexte d'interculturalité.

**COM1631 Fondements théoriques de l'intervention et de l'accompagnement en milieux organisés**

## Objectifs

Ce cours théorique vise l'initiation aux différents processus d'intervention et d'accompagnement auprès des individus, des groupes et des organisations dans une perspective communicationnelle.

## Sommaire du contenu

Ce cours propose un tour d'horizon de différents modèles d'intervention et d'accompagnement en milieux organisés et des principaux concepts et principes qui les sous-tendent en s'appuyant sur les regards proposés par différents paradigmes et courants de recherche. Il est un préalable essentiel à la mise en pratique des différentes stratégies d'intervention et d'accompagnement. Le cours aborde également les aspects théoriques de la conduite de projets d'intervention et

d'accompagnement organisationnels : l'identification des besoins et attentes; les rôles et les fonctions des acteurs; la structure et le processus du projet; l'allocation et le suivi des ressources; ainsi que l'évaluation du projet. La prise en compte des contingences des milieux permet de poser un regard critique sur les connaissances et les pratiques qui favorisent le développement et le changement dans une variété de contextes et de secteurs d'activités.

#### Préalables académiques

Ce cours doit être suivi préalablement aux cours COM1632 Conduite de projets d'intervention et d'accompagnement auprès des organisations et COM1732 Conduite de projets d'intervention et d'accompagnement auprès d'individus et des groupes.

#### COM2065 Évaluation éthique et esthétique des productions culturelles

Ce cours vise à introduire et à initier l'étudiant à quelques enjeux, questions et problèmes que soulève l'évaluation des productions culturelles du point de vue de l'éthique et l'esthétique. L'objectif est donc de permettre une saisie plus large et critique des productions culturelles mais également à une appréciation critique des concepts sur lesquels reposent de telles évaluations. Champ de l'interprétation de l'oeuvre culturelle, l'insertion du produit culturel dans les cadres esthétiques et éthiques en vigueur.

#### COM2066 Affaires publiques, influence et représentation d'intérêts

##### Objectifs

Ce cours, qui combine des perspectives théoriques et pratiques, vise à introduire les personnes étudiantes aux notions d'affaires publiques, de représentation d'intérêts et de lobbyisme, ainsi qu'aux stratégies d'influence déployées à ces fins, et à les outiller d'un savoir pratique en la matière. Il permet aux personnes étudiantes de se familiariser avec les notions d'affaires publiques et de représentation d'intérêts et de mieux comprendre les forces qui s'exercent sur les titulaires de charges publiques. À l'issue du cours, les personnes étudiantes seront en mesure de : saisir la notion d'affaires publiques et de représentation d'intérêts; saisir et identifier des stratégies de représentation d'intérêts telles qu'elles ont été (ou sont) déployées en contexte contemporain; identifier les acteurs qui sont associés à ces stratégies; développer un point de vue critique quant aux démarches ainsi déployées, notamment sous l'éclairage de la gestion des enjeux, des attentes sociétales et du concept d'acceptabilité sociale; comprendre les différentes étapes liées au processus d'adoption des lois en contexte québécois et identifier les moments clés où peuvent intervenir des démarches d'influence; se familiariser avec l'industrie du lobbyisme au Québec; développer une stratégie de représentation des intérêts.

##### Sommaire du contenu

Le cours présentera d'abord les fondements théoriques liés aux concepts d'influence, d'intérêt particulier et d'intérêt général, pour ensuite s'attarder aux groupes porteurs d'intérêts dans le contexte démocratique occidental : les mouvements sociaux, les groupes citoyens, les groupes d'intérêt et les autres organisations de la société civile, de même que les entreprises et les lobbies. Les stratégies mises de l'avant par ces acteurs sont également abordées (lobbyisme direct et indirect, médiatisation, plaidoyer, similitantisme ou astroturfing) avec, en trame de fond, le fonctionnement des systèmes législatifs et réglementaires québécois et canadien et les principaux acteurs parties prenantes à ces systèmes. Les enjeux éthiques liés à la représentation des intérêts en démocratie sont aussi discutés, notamment sous l'éclairage de la gestion des enjeux, des attentes sociétales et de l'acceptabilité sociale. Un regard critique quant aux effets de ces stratégies en contexte démocratique est aussi proposé. Le cours aborde enfin les règles visant à mieux encadrer la pratique du lobbying, que ce soit en contexte québécois, canadien ou international.

##### Modalité d'enseignement

Exposés magistraux, exercices pratiques, études de cas, conférences

#### COM2067 Rhétorique, argumentation et plaidoyer

##### Objectifs

Ce cours est une introduction à la théorie et à la pratique de la

rhétorique en tant qu'art de la prise de parole persuasive en contexte d'affaires publiques. À l'ère des fausses nouvelles et alors que les débats publics s'inscrivent de plus en plus dans des logiques de controverse, il devient essentiel d'apprendre à défendre de manière argumentée une position, une organisation, une cause, et à développer des réflexes critiques permettant d'anticiper, de contrer et de réfuter les arguments d'autrui. À partir de l'étude de genres persuasifs variés, de l'allocation au tweet, en passant par le débat (en ligne et hors ligne), et à travers la pratique effective de la rhétorique tant à l'écrit qu'à l'oral, les personnes étudiantes apprendront à cadrer un enjeu, à adapter leur parole aux attentes de différents auditoires, à choisir des mots et des figures rhétoriques à impact, à structurer leur discours, à développer et à organiser des arguments tant rationnels qu'émotionnels afin de produire des discours efficaces, à la fois par leur éloquence et par leur pouvoir de conviction. Ces habiletés de plaidoyer seront mobilisées dans différents contextes (gestion de la réputation, défense de l'acceptabilité sociale d'un projet, d'une idée, d'une cause, reddition de comptes) et dans plusieurs types d'espaces (public, médiatique, numérique).

##### Sommaire du contenu

Les éléments de contenu suivant seront abordés : rhétorique, d'Aristote à aujourd'hui; repérage et construction d'un argument; types d'arguments et figures rhétoriques; techniques de contreargumentation; procédés discursifs rhétoriques ( *storytelling* , stratégies de cadrage, techniques énonciatives); plans d'argumentation; tactiques et raisonnements manipulateurs; mise en scène de soi et de l'émotion; genres persuasifs (allocution, débat, lettre à l'éditeur, *pitch* , publication sur les médias sociaux); habiletés oratoires (présence, éloquence et performance).

##### Modalité d'enseignement

Exposés magistraux, discussions, ateliers de rédaction individuelle et collective, analyse de textes et de performances oratoires, simulations, jeux de rôle, conférences

#### COM2616 Communication de crise

##### Objectifs

Ce cours a pour objectif de préparer les personnes étudiantes à la planification et à la mise en oeuvre de stratégies de communication appropriées dans le cadre de situations de crise auxquelles peuvent être confrontées les organisations de tout type (commerciales, OBNL, institutions, etc.). Il propose de se concentrer sur la communication de crise des organisations dans des contextes numériques et d'influence. Une attention particulière sera portée à l'analyse des contextes de propagation d'une crise, ainsi qu'à la présentation détaillée et à la mise en pratique de différentes techniques permettant d'anticiper et de gérer une crise. De manière plus spécifique, ce cours vise à : découvrir les principaux mécanismes de crise, qu'ils soient médiatiques, économiques, numériques, d'influence ou encore liés à une mauvaise gestion interne; aborder de manière critique et pratique des concepts centraux, comme la réputation, la rumeur ou encore la cartographie des risques; souligner l'importance des jeux d'acteurs lors de crises, qu'ils soient simples relais ou amplificateurs de celle-ci (médias, internautes, citoyennes/citoyens), ou encore qu'ils puissent en être à l'origine (concurrents, organisations militantes); montrer ce que les environnements numériques changent ou, au contraire, ne changent pas dans la propagation et la gestion de crise; proposer des comparaisons interculturelles de gestion de crise; faire « vivre » une crise, la gestion de crise étant une expérience singulière qu'il est intéressant de simuler pour mieux se l'approprier.

##### Sommaire du contenu

Les éléments de contenu suivant seront abordés dans le cours : diagnostic et analyse d'une crise organisationnelle; analyse des risques et des pratiques de gestion de crise inhérents aux environnements numériques; identification d'une rumeur participant à une crise ou pouvant y mener, analyse et définition d'un plan d'action pour l'endiguer; identification de possibles actions d'influence d'un concurrent ou d'une organisation militante participant à une crise ou pouvant y amener, et analyse et définition d'un plan d'action pour l'endiguer; cartographie et évaluation des risques possibles pour produire des

scénarios de crise et des procédures types; organisation d'une cellule de crise; définition d'un plan de communication de crise; interaction avec les médias et les publics internes ou externes durant la crise (formation médias, création de communiqués de presse, de contenus pour le web); simulation d'une gestion de crise.

Modalité d'enseignement

Études de cas, analyse et cartographie de risques d'organisations réelles, travaux en groupe, simulations, jeux de rôle

### **COM2670 Productions écrites et orales en communication marketing**

Objectifs

Ce cours a pour objectif de permettre d'identifier et de maîtriser les différents aspects de la création de contenu pour la communication marketing. Axé sur la réalité du travail en agence de publicité, il permettra de maîtriser les techniques propres à la préparation, à la rédaction et à la livraison de divers outils spéculatifs et promotionnels. La rédaction et la présentation spéculative (pitch) efficace seront abordées (processus d'appel d'offres et de sélection, structure de la présentation, livraison de la présentation, etc.) ainsi que la création de contenu promotionnel pour médias traditionnels et numériques (idéation et création publicitaire, rédaction publicitaire, rédaction d'articles, livres blancs, billets de blogue, etc.).

### **COM3005 Paradigmes et théories en communication humaine**

Objectifs

Ce cours initie à différents paradigmes et courants théoriques en communication humaine tout en faisant des liens avec leur application en milieux organisés.

Sommaire du contenu

Ce cours explore la communication humaine et ses applications à partir des grands paradigmes (structuro-fonctionnaliste, interprétatif, critique et autres) et des courants théoriques (interactionnisme, théorie de l'acteur social, théorie de la complexité, théories de l'engagement, anthropologie de la communication et autres) qui influencent les postures et les méthodes d'intervention et de recherche. Il définit des concepts centraux pertinents à l'étude de la communication humaine, par exemple : sens, construction sociale, croyances, attribution, identité et appartenance, langage et discours, organisation, diversité, normes, statuts, rôles, pouvoir, etc.

Préalables académiques

Ce cours doit être suivi préalablement au cours COM1058 Cadres d'analyse en communication humaine appliqués en milieux organisés.

### **COM3006 Théories de la communication**

Objectifs

Ce cours est une introduction aux principaux courants théoriques en communication appréhendés dans leur contexte sociohistorique d'apparition et de développement. Il aborde les théories axées sur la signification (approches linguistiques et sémiologiques), la transmission (schéma canonique de la communication, processus de diffusion, communication de masse) et la relation (cybernétique, nouvelle communication, approches socio-anthropologiques). Il vise l'acquisition des principaux concepts nécessaires à l'étude des théories et des phénomènes de communication : théorie, paradigme, information, rétroaction, effets, signes, relation, interaction, etc.

### **COM3070 Communication marketing et technologies de communication**

Ce cours permettra aux futurs communicateurs d'acquérir les connaissances nécessaires permettant de planifier et d'orchestrer un projet de communication marketing en faisant appel à l'ensemble des moyens à sa disposition. Le processus de planification média sera revu en détail : de l'analyse du contexte au déploiement des moyens et de la mesure de performance. Forces et faiblesses de chaque média seront analysées.

### **COM3104 Communication organisationnelle**

L'objectif de ce cours est l'étude des processus de communication tant

à l'intérieur des organisations que dans leurs rapports avec l'environnement. Analyse et applications du concept de communication dans les organisations. Théories classiques et récentes, modèles et métaphores dans le domaine des organisations: incidences et utilité pour la compréhension des processus communicationnels et pour l'élaboration de diverses stratégies d'intervention. Élaboration de grilles d'analyse pour décoder, diagnostiquer et intervenir sur le plan des processus de communication dans différents types d'organisations: entreprises publiques et privées, organisations volontaires et organisations communautaires.

### **COM3111 Animation de communautés en ligne et phénomènes de groupes**

Objectifs

Ce cours vise à introduire aux principes et pratiques d'animation des communautés en ligne et aux principaux phénomènes et processus liés à la dynamique des groupes restreints. Dans une perspective communicationnelle, seront notamment abordées les questions d'affiliation, d'interinfluence et de leadership, de médiation technologique et culturelle des enjeux des modes de traitement de l'information, d'organisation et de structuration du travail, des interactions et production de groupe. Principes de gestion des communications des groupes et des communautés en ligne. Application et analyse de cas d'animation de communautés dans le contexte du Web social.

### **COM3114 Éthique de la communication sur internet**

Ce cours vise à rendre l'étudiant apte à se situer par rapport à la notion d'éthique dans l'univers mouvant de l'internet et de ses nombreux dérivés (réseaux sociaux, blogues, etc.). Étant donné les impacts de ce support virtuel sur la communication et les relations entre les personnes et les organisations, de nombreuses questions d'actualité y seront abordées, telles que le façonnement des identités, le respect de la vie privée, les transformations du politique et de la démocratie, le sens des relations humaines, la mondialisation des cultures. L'étudiant sera invité à penser ces questions dans leur portée éthique spécifique, au regard notamment de leurs conséquences sur le bien, la justice ou la liberté. Seront également abordés les notions et les codes de déontologie ainsi que les cadres réglementaires et juridiques en lien avec l'usage d'internet par les organisations, les consommateurs et les citoyens.

### **COM3118 Création éditoriale en ligne**

Ce cours atelier vise à rendre l'étudiant apte à concevoir des contenus textuels, visuels et sonores dans un contexte éditorial, soit la publication en ligne. L'étudiant sera initié aux rudiments d'ergonomie web, autant au plan rédactionnel que multimédia. Il développera son sens critique dans un esprit d'intégration et de fluidité au service des messages et des objectifs de communication. Le cours portera autant sur la rédaction que sur l'utilisation pertinente et stratégique des contenus multimédias : l'image fixe, l'image en mouvement et le son.

### **COM3126 Veille et évaluation des communications en ligne**

Ce cours permettra de se familiariser avec les méthodes et outils de veille, de référencement et d'évaluation des supports de communication en ligne. Dans une perspective de veille, seront abordés les méthodes et les outils de collecte et de traitement d'information captée (approches collaboratives, applications de veille automatisée et autres), notamment à des fins de recherche économique et commerciale ainsi que de monitoring de l'image des marques et des organisations. Dans une perspective d'évaluation, seront également étudiées les méthodes de ciblage du public, de mesure de l'audience, de référencement ainsi que les indicateurs d'efficacité de communication.

### **COM3130 Analyse critique du phénomène publicitaire**

Contexte historique d'émergence de la publicité. La place et le rôle de la publicité dans la société contemporaine. La publicité en tant que phénomène de communication. Analyse des messages publicitaires. Le débat sur l'impact social du discours publicitaire.

### **COM3136 Diffusion et réception en communication**

Ce cours vise à permettre à l'étudiant d'acquérir les connaissances de base pour mieux comprendre les processus de communication propres

à la diffusion et à la réception en regard des modes de médiation. Production, diffusion, réception et médiation (informatique, écrite, électronique - radio et télévision, interpersonnelle, etc.). Impact du développement des technologies de communication sur les pratiques de production, de diffusion et de réception. Segmentation des groupes d'utilisateurs, restructuration des modes de communication. Usage des technologies de l'information comme instruments de médiation par les utilisateurs (producteurs, diffuseurs et destinataires). Rôles des réseaux sociaux dans le processus de médiation : rôles des «sélectionneurs» et des «leaders d'opinion» dans la sélection, le décryptage et la diffusion.

### **COM3170 Communication et changement organisationnel**

#### Objectifs

Ce cours vise le développement d'une compréhension critique, d'une compétence analytique des approches et des processus de la communication ainsi que du changement dans le contexte des organisations contemporaines.

#### Sommaire du contenu

Ce cours vise l'analyse et l'application des théories et des modèles du changement s'appliquant aux organisations, aux groupes et aux individus. Ils sont abordés dans une perspective communicationnelle qui tient compte des environnements internes et externes des organisations. Le cours traite notamment des définitions du changement, de l'historique et de l'évolution des approches, des théories et des modèles s'y rapportant, de leurs forces et de leurs limites, de leurs applications et de la compréhension du rôle de la communication dans divers contextes organisationnels. L'incidence et l'utilité de ces notions dans l'élaboration de stratégies d'intervention sont également abordées.

### **COM3206 Action culturelle, espace public et participation**

#### Objectifs

Maîtriser les notions d'évènement et de spectacle; Connaître le développement historique et récent de ces formes culturelles; Se familiariser avec l'éventail de possibilités relié à ces formes (dimension temporelle, dimension spatiale; mission, thématique, environnement et espace, etc.). Examiner le rôle joué par les événements et spectacles en relation avec les espaces publics et la participation citoyenne; Faciliter chez la personne étudiante une réflexion sur l'utilisation de telles activités en action culturelle.

#### Sommaire du contenu

Exploration des enjeux propres aux espaces et événements publics ainsi qu'à la participation citoyenne et culturelle. Il s'agit dans ce cours de permettre une compréhension et une analyse des dynamiques qui caractérisent la participation et qui organisent les espaces publics: conceptions hétérogènes et modalités de la participation dans l'espace public; implication des diverses manières de développer la participation; tendances (économiques et stratégiques) spectaculaires et événementielles affectant les espaces publics et la participation, les formes d'action culturelles historiques et actuelles (foires, carnivals, festivals, et autres types d'événements). Ce cours vise à faciliter chez les étudiantes, étudiants l'utilisation de divers activités et événements en action culturelle et les familiarise aux principaux enjeux des espaces publics et de la participation citoyenne aujourd'hui.

#### Modalité d'enseignement

Cours magistral

### **COM3216 Animation et créativité**

#### Objectifs

Connaître les auteurs centraux de ce domaine, tels que Carl Rogers, Otto Scharmer, Isabelle Mahy, Paul Carle et Augusto Boal. Être capable de mettre en place des processus d'animation dans une perspective de changement social et d'inclusion. Savoir mettre en valeur la créativité dans le processus d'idéation et de mise en œuvre des actions et animations culturelles.

#### Sommaire du contenu

Cours-atelier permettant de développer des aptitudes à la créativité, à la participation et à l'animation dans les groupes dans une perspective

de développement culturel et social. Introduction aux théories et pratiques de la créativité à partir d'une épistémologie humaniste du point de vue de l'individu, du groupe et du développement d'un climat favorable à la co-création. Exploration des processus de communication favorisant la créativité, la participation et l'intelligence collective dans les équipes de travail et les groupes (écoute, dialogue, feed-back). Expérimentation et mise en place des processus d'animation participatifs et collaboratifs dans une perspective d'inclusion et de changement et d'innovation sociale.

#### Modalité d'enseignement

Cours magistral et pratique

### **COM4042 La dimension symbolique de la culture**

#### Objectifs

Connaître et comprendre les concepts pertinents à la compréhension de la dimension symbolique de la culture; Contribuer à une analyse critique de la culture et de la diversité socioculturelle; Développer des compétences quant à l'appropriation d'éléments symboliques ainsi que leurs supports; Développer une approche praxéologique en la matière.

#### Sommaire du contenu

Introduction aux aspects et concepts centraux à la compréhension critique de la dimension symbolique de la culture (représentation, discours, stéréotypes, idéologie, etc.). Comprendre les liens entre représentation, rapports sociaux et dispositifs technologiques, institutionnels ou communautaires. Réfléchir aux processus de constructions de sens en lien avec la diversité sociale et culturelle, notamment la question des rapports de pouvoir. Permettre le développement de stratégies favorisant la circulation (médiatisée, institutionnelle, interpersonnelle, performative, etc.) de représentations ouvrant à la diversité ethnique, culturelle, de sexe et de genre, sexuelle ou autre. Dans une perspective praxéologique (alliant théorie et pratique), ce cours se veut une opportunité d'outiller les personnes étudiantes à contribuer au développement de cette diversité au sein des sociétés actuelles.

#### Modalité d'enseignement

Cours magistral

### **COM5012 Sport, communication et culture populaire**

#### Objectifs

Connaître et comprendre les liens qu'entretient le domaine du sport et des loisirs avec la culture et la communication. Approfondir la compréhension de ce domaine d'action sociale et culturelle. Développer une approche praxéologique en la matière.

#### Sommaire du contenu

Ce cours vise à connaître et à comprendre la place du sport dans les dynamiques culturelles et communicationnelles des sociétés contemporaines. Au cours de la période d'industrialisation, le sport s'est développé et intégré aux développements des politiques de démocratisation, des industries du divertissement, des territoires, des communautés et des identités sur les plans locaux, nationaux et internationaux. Le sport nous offre depuis des décennies des lieux et des symboles riches d'identification et de représentations identitaires qui seront examinés de manière réflexive. Ce cours permettra d'aborder les thèmes suivants : fans et cultures sportives; sport et mouvements sociaux; sport et développement; sport et identités; sport spectacle; sport et genre; sport et événements culturels et médiatiques.

### **COM5049 Communication humaine et santé au travail**

#### Objectifs

L'objectif de ce cours est de permettre à l'étudiant de développer une vue d'ensemble des phénomènes de communication liés au maintien ou à la détérioration de la santé des personnes en milieux organisés et à en dégager des applications possibles dans le domaine de l'intervention en relations humaines.

#### Sommaire du contenu

Seront examinés les phénomènes de communication et relationnels associés à la santé : le harcèlement psychologique, la violence

organisationnelle, les crises psychosociales, etc. Seront aussi examinées les notions de bien-être, de santé psychosociale, de prévention et de risques psychosociaux. Le cours propose d'aborder ces thèmes selon des approches conceptuelles et empiriques de la santé dans les organisations : approche globale, communicationnelle, psychosociologique, etc. La personne étudiante développera des habiletés diagnostiques et des stratégies d'intervention individuelle, groupale et organisationnelle.

### **COM5080 Réseaux de communication interpersonnelle**

#### Objectifs

Ce cours initie aux principaux phénomènes et processus liés à la manière dont la communication interpersonnelle se constitue en réseaux.

#### Sommaire du contenu

Il présente les notions et les méthodes d'analyse nécessaires à la prise en compte des réseaux de communication interpersonnelle dans une stratégie de recherche ou d'intervention auprès des individus, des groupes et des organisations. Il explore en quoi la structuration de la communication en réseaux contraint et oriente l'action. Les concepts centraux de réseau social et de réseau personnel sont définis et illustrés. Sont aussi explorés les impacts des liens forts ou faibles, de la centralité (degré, intermédiarité, proximité), de la densité du réseau, de la position de pont entre des groupes, etc., du capital social et du soutien social dans les groupes et les organisations. Le cours comporte une initiation aux principaux logiciels d'analyse et de représentation des réseaux.

### **COM5115 Communication et rapports de sexes**

L'objectif de ce cours est de permettre à l'étudiant d'appréhender les phénomènes de communication en tenant compte des rapports de sexe dans différents contextes. Perspectives féministes et masculinistes en communication. Approche intégrée de l'égalité entre les femmes et les hommes. Différences et similitudes entre les sexes (genres): dans les modes de communication interpersonnelle, dans la communication en milieu organisé, dans la demande d'aide, dans la composition des réseaux personnels des hommes et des femmes, etc. Rapports de sexes, rapports affectifs et rapports de pouvoir. Intervention féministe. Modèles, stéréotypes, archétypes et mythes.

### **COM5155 Pratiques de communication en contexte international : simulations et interactions**

#### Objectifs

Ce cours vise à rendre la personne étudiante apte à développer des stratégies, des analyses et des pratiques de communication relatives à des situations d'interaction en lien avec les enjeux internationaux de l'heure. Le cours portera sur des dimensions théoriques et pratiques de la communication lors de négociations et de projets au niveau international. Le cours vise entre autres à répondre à la question suivante : quels sont les principaux enjeux, contraintes et perspectives de communication interne et externe en situation d'interaction, de négociation en contexte international ? Seront explorés les aspects communicationnels de plusieurs concepts, par exemple : soft power, négociation, diplomatie et gestion de crise. Ce cours sera axé sur des études de cas et des simulations pratiques.

### **COM5160 Enjeux contemporains de communication et système international**

#### Objectifs

Le cours vise à familiariser l'étudiant avec les enjeux de communication du système international, notamment le processus de mondialisation qui a entraîné l'émergence de nouveaux acteurs sur la scène internationale (entreprises, organisations non gouvernementales internationales (ONGI), partenariats régionaux et internationaux) et des mutations réelles des modes de communication entre ces divers acteurs. Après avoir dressé le portrait du système international (acteurs, contextes, outils, etc.), le cours traitera des enjeux contemporains de communication qui y sont mobilisés. Ce cours traitera des dimensions communicationnelles des rapports contemporains des États entre eux et avec les acteurs non étatiques (par exemple, les mouvements sociaux alternatifs) autour d'enjeux tels

que les conflits armés, le terrorisme, la religion, l'environnement, la surveillance. Les questions de rapports de force et de pouvoir au niveau international, de transformations du mode de fonctionnement des organisations, des effets des modifications des habitudes de vie et de travail seront discutées et illustrées à l'aide d'exemples de situations de communication entre divers acteurs du système international.

### **COM5165 Communication, diasporas et mutations identitaires**

#### Objectifs

Ce cours vise à rendre l'étudiant apte à comprendre et à analyser de quelles façons la communication influence les mutations identitaires des membres des diasporas, notamment dans le rapport qu'ils entretiennent avec la société d'accueil et avec la société d'origine. Parallèlement, l'évolution des moyens de communication (oralité, lettres, médias traditionnels, médias numériques) est présentée pour illustrer les rôles économiques, géopolitiques et stratégiques joués par les diasporas dans leurs sociétés respectives. De même, le façonnement des modes de communication par les diasporas est également abordé.

### **COM5170 Communication internationale et question de genre**

#### Objectifs

Ce cours vise à permettre à l'étudiant d'appréhender les phénomènes de communication internationale en tenant compte des rapports de genre dans diverses régions du monde. Seront abordés les débats sur les présupposés culturels occidentaux sur les questions de genre et sur les différences de pouvoir et de ressources en matière d'enjeux communicationnels entre les femmes de diverses régions du monde à l'ère de la mondialisation. Une attention particulière sera accordée aux perspectives subalternes et postcoloniales. Le développement de réseaux internationaux pour discuter des questions de l'égalité des sexes ainsi que le rôle déterminant de la communication dans ce processus seront aussi examinés. Le cours traitera des initiatives internationales en cours sur les technologies de l'information et de la communication et l'égalité des sexes. La question de l'inégalité des genres dans les médias au niveau international sera aussi discutée.

### **COM6070 Éthique de la communication marketing et de la gestion de la marque**

Ce cours vise à rendre l'étudiant apte à se situer par rapport à la notion d'éthique dans le milieu des affaires, face au développement du commerce, de la mondialisation, de la gestion des marques, etc. Il apprendra à distinguer les différents systèmes d'éthique et il approfondira les codes d'éthique et de déontologie, applicables à la pratique des communications marketing. Il se familiarisera avec les codes d'éthique qui régissent le domaine des affaires publiques et de la publicité. Origines et historique de l'éthique : principaux courants et classification des écoles de pensée. Le problème de l'éthique dans les organisations. Éthique et société. Rapports entre systèmes économiques et éthique.

### **COM6166 Concepts publicitaires**

#### Objectifs

Ce cours permet d'acquérir des compétences et des techniques nécessaires à l'idéation et à la conceptualisation de contenus publicitaires. Sont d'abord présentés les méthodes et les processus d'idéation et de résolution créative de problèmes. Sont alors passées en revue les méthodes et les techniques généralement utilisées par les créatifs, les directeurs artistiques et les concepteurs-rédacteurs, pour trouver un concept de campagne, décider du contenu et de la forme des messages. Sont également abordés les éléments à prendre en compte pour adapter la création d'un concept publicitaire aux attentes d'un annonceur, aux références culturelles des consommateurs et à l'environnement publicitaire (contraintes sociétales et concurrentielles). À partir de ces éléments, sont explorées les modalités d'évaluation des aspects communicationnels des messages et des campagnes publicitaires. Des études de cas associées à des travaux en groupe permettent aux personnes de se mettre en situation et de porter un regard éclairé et critique sur les choix effectués par les créatifs lors de campagnes existantes, de s'exercer à proposer des conceptualisations et des réalisations alternatives.

**COM6177 Enjeux de création publicitaire****Objectifs**

Ce cours a pour objectif de familiariser les personnes étudiantes à la réalité pratique de la création publicitaire pour en faciliter la production, tout en tenant compte des contextes, des enjeux et des contraintes dans lesquels la création publicitaire s'effectue. Il vise à approfondir les différents enjeux auxquels sont confrontées les personnes travaillant en création, qu'il s'agisse des dynamiques et des collaborations au sein d'entreprises de communication-marketing, des rapports avec les clients, des relations avec les fournisseurs et avec les équipes responsables de la production et de la diffusion. Des études de cas et des mises en situation permettent d'être confronté directement à différents enjeux et contraintes réels auxquels les publicitaires doivent faire face, tels que l'historique de communication d'un annonceur, la spécificité humaine d'un client et d'une organisation, la spécificité d'un secteur d'activité, les rotations de compte-client et d'équipe au sein des agences, la sélection de fournisseurs et la gestion de l'externalisation d'étapes de production et de réalisation du déploiement de campagnes de publicité.

**COM6188 Communication commerciale et réputation****Objectifs**

Ce cours a pour objectif de préparer à la planification et à la mise en oeuvre des stratégies de communication appropriées pour traiter les enjeux de réputation hors ligne comme numérique en rapport avec les communications-marketing. Il permet d'acquérir une connaissance générale des principes et des processus de production de la réputation en contexte commercial. Les processus de représentation et de construction sociale de l'identité des marques seront mis en perspective relativement aux enjeux qui les affectent dans les interactions avec les gouvernements, le public et les consommateurs. Le cours amène à développer une approche critique et structurée de l'analyse, de la préparation et de la production de stratégies de communication liées aux risques et aux crises réputationnels de la communication des marques à travers des études de cas et des ateliers.

**EDM1001 Introduction aux théories de la communication médiatique**

Acquisition des principaux systèmes théoriques en matière de communication. Mise en relation de ces systèmes avec les différents paradigmes de la communication. Introduction aux principales théories et aux principaux concepts qui visent l'étude des phénomènes de communication médiatique. Contexte sociohistorique d'apparition et de développement des principales théories. Outre les approches classiques de l'étude des productions-médias, l'accent pourra être mis sur l'analyse des conditions et des contraintes de la production et sur celle des phénomènes de réception et d'interaction.

**EDM1002 Communication et veille technologique**

Acquérir les connaissances relatives aux technologies numériques de communication médiatique (périphériques, protocoles, outils, services, etc.) afin d'en posséder une vue d'ensemble précise, d'en connaître les enjeux et de demeurer à la fine pointe des développements présents et à venir. À la fin de ce cours, l'étudiant sera apte à développer des méthodes d'observation des développements et tendances en technologies médiatiques (matériel, applications, systèmes d'exploitation, réseaux, protocoles, formats numériques, etc.). Une attention particulière est portée aux produits de consommation électroniques, aux techniques d'échange et de mise en commun d'information, à la sécurité informatique et à la mobilité.

**Modalité d'enseignement**

Cours magistraux et ateliers.

**EDM1003 Théories de la communication médiatique et journalisme****Objectifs**

Ce cours vise à initier les étudiants aux principales théories et aux principaux concepts permettant l'étude des phénomènes de communication médiatique. Acquisition des principaux systèmes théoriques en matière de communication en regard de phénomènes liés à l'information, à la presse et au journalisme. Mise en relation de ces systèmes avec les différents paradigmes de la communication et du

journalisme. Ce cours se penchera également sur des études récentes afin d'en analyser l'approche, la méthodologie et les apports conceptuels touchant le journalisme contemporain.

**Modalité d'enseignement**

Cours magistraux et lectures.

**EDM1004 Histoire des technologies numériques de l'information et de la communication**

Ce cours permettra de se familiariser avec les grandes étapes du développement des technologies numériques de l'information et de la communication et les facteurs sociopolitiques et économiques qui y ont contribué. À travers l'histoire des technologies numériques de l'information et de la communication, l'étudiant passera en revue l'évolution de ce domaine, soit de la naissance des premiers calculateurs électroniques jusqu'à la « révolution Internet » et les médias socionumériques, en passant par les jeux vidéo. Ce portrait historique sera donc l'occasion d'analyser comment les technologies numériques interagissent avec les dimensions scientifiques, économiques et politiques.

**EDM1006 Approches théoriques de la technique et des technologies**

Ce cours permettra d'identifier, de comparer et d'analyser les principales théories et approches sur la technique et les technologies numériques de communication médiatique. Y seront présentées, les grandes approches théoriques et les principaux auteurs sur la technique et les technologies : technique chez les premiers philosophes grecs, technique et société, technique et modernité, technique et industrialisation, technologies numériques et nouveaux médias.

**Modalité d'enseignement**

Cours magistraux.

**EDM1007 Approches sociopolitiques des communications médiatiques**

Ce cours permettra d'identifier, d'intégrer, de comparer et de critiquer les principales théories et approches sociopolitiques sur les médias et les technologies numériques de communication médiatique. Les facteurs sociaux, politiques et culturels seront étudiés à l'aide d'approches adaptées à l'analyse des idéologies sous-jacentes aux discours, à l'identification des groupes qui les supportent et aux intérêts qu'ils défendent, et aussi, en tenant compte des problématiques liées à l'espace public, la démocratie, la mondialisation, etc.

**Modalité d'enseignement**

Cours magistraux

**EDM1050 Connaissance des médias**

Ce cours d'introduction aux médias trace d'abord un portrait d'ensemble des principales institutions et des divers acteurs sociaux impliqués dans leurs processus complexes de production et de diffusion. Questionnant ensuite le rôle social des médias, l'orientation de leurs usages dominants et « alternatifs », de même que la qualité des produits culturels qu'ils proposent à leurs publics, ce cours amorce une réflexion sur les enjeux fondamentaux liés au développement et à l'évolution récente des pratiques médiatiques au Québec en particulier, puis ailleurs dans le monde.

**EDM1501 Analyse des productions médias**

Connaissance des corpus de production dans le domaine des médias. Intégration de méthodes d'approche pour comprendre ces corpus. Introduction à la culture médiatique. Parcours de quelques-unes des principales catégories et des principaux formats auxquels se rattachent la plupart des productions-médias (par exemple: téléroman, fait-divers, émission d'information, publicité, émissions de divertissement, lignes ouvertes...), leur évolution, les processus de composition (règles du genre). Panorama de différentes perspectives d'analyse de ces productions. Tendances en émergence et aspects ponctuels dans ce domaine de la culture.

**EDM1560 Médias socionumériques**

**Objectifs**

Ce cours permettra de se familiariser avec la typologie des médias socionumériques (Facebook, YouTube, Reddit, Twitter, Instagram et all.), de même qu'avec leur généalogie et les liens qu'ils entretiennent entre eux. Il s'agira non seulement de dégager leurs caractéristiques techniques (blogue, micro-blogue, photographie, vidéo, etc.), mais surtout de cerner leur spécificité communicationnelle, soit le type de communication et les rapports qu'ils induisent, tant pour les producteurs et disséminateurs d'informations que les différents publics-cible.

**Modalité d'enseignement**

Cours magistraux et ateliers

**EDM2005 Les industries de la culture et des communications**

Analyse des spécificités respectives de chaque secteur, de leurs conditions de développement, de leurs forces et faiblesses, des enjeux actuels et prévisibles. Les relations entre la production et la diffusion. Les modalités d'intervention de l'État. L'importance ou non des réactions du public dans l'évolution du secteur.

**EDM2030 Stratégies de mise en marché, de promotion et de diffusion dans les domaines des communications et de la culture**

Études des stratégies, méthodes et techniques de mise en marché, de promotion et de diffusion dans les domaines des communications et de la culture. Analyse des relations entre la création culturelle et ses modes de diffusion et de distribution. Établissement de cibles, fidélisation d'auditoires, développement de nouveaux publics, etc. Études des réseaux nationaux et internationaux de distribution.

**EDM2035 Organisation d'événements culturels et de communication**

Ce cours vise à offrir aux étudiants les outils nécessaires pour travailler à la conception et à la mise en oeuvre d'événements dans le domaine de la culture et de la communication. Le cours traite de différents aspects (commandites, programmation, organisation, coordination, etc.) liés à la mise en oeuvre d'un événement. Les étudiants seront impliqués dans la conception, l'organisation et la mise en oeuvre d'événements.

**EDM2860 Technologies numériques et société****Objectifs**

Ce cours vise à sensibiliser les personnes étudiantes à l'aspect sociopolitique des normes technologiques elles-mêmes. Au-delà de l'apprentissage des éléments nécessaires à la compréhension des architectures réseaux numériques contemporaines (Internet, protocoles, services de courriels, etc.), ce cours permettra la compréhension des dynamiques sociopolitiques qui influencent les choix technologiques et leurs conséquences sociopolitiques. Seront notamment abordés les dimensions de la neutralité de l'Internet, la fracture numérique (nantis vs pauvres), la collecte de données et la vie privée et les impacts culturels de la médiation technologique.

**Modalité d'enseignement**

Cours magistraux et ateliers

**EDM3110 Technologies des médias socionumériques**

Cet atelier permet d'acquérir les bases techniques en vue d'une utilisation efficace des outils de communication sur internet et plus particulièrement des médias socionumériques. Parmi les notions abordées : la conception, la mise en page et la mise en ligne de sites, de blogues, de wikis et autres plateformes sociales ainsi que le traitement d'images. L'accent est mis sur l'apprentissage de différents outils de conception, de gestion de contenu et de diffusion utilisés pour communiquer dans le contexte des médias socionumériques.

**EDM3210 Organisation économique des médias**

Structures économiques des médias d'information (entreprise d'État et entreprises privées). Évolution des structures: tendance monopolistique, petites et moyennes entreprises de presse (journaux régionaux, journaux métropolitains, postes de radio, compagnies de cinéma, entreprises de cablovision, etc.). Concurrence de l'étranger, rentabilité des entreprises et sources de revenus. Prospectives des

mass médias: innovations technologiques, marchés émergents du divertissement interactif et du WEB, problèmes sociaux et enjeux économiques.

**EDM3247 Histoire de l'expression visuelle et sonore**

Survol historique des grands courants de pensée et de leur incidence sur l'expression sonore et visuelle, plus particulièrement selon des périodes ou des genres qui valorisent l'emploi simultané des deux formes d'expression dans leur conception du spectacle (théâtre, opéra, cinéma, performance, installation, nouveaux médias, etc.). Étude chronologique des mouvements esthétiques et des contextes historiques: l'évolution de l'image et du son en relation avec le développement des sciences et des technologies. Familiarisation aux aspects anthropologiques, culturels et sociologiques du son et de l'image.

**EDM3555 Rhétorique des médias interactifs**

Ce cours aborde la rhétorique d'un point de vue communicationnel. À la suite d'un survol historique, la rhétorique sera utilisée comme cadre d'analyse des médias interactifs afin d'en cerner davantage la spécificité: genèse et composantes. On y verra l'emploi de figures telles que: la métaphore dans la constitution des interfaces, la métonymie en tant que stratégie de représentation iconique, etc. Analyse par différenciation entre deux formats dominants: machine à contenu et univers immersif. L'interactivité et les impacts sur la réception.

**EDM4500 Médias et société**

Introduction aux principaux débats de société liés au développement des médias. La réflexion pourra ainsi porter sur les rapports entre modernité et phénomènes de massification-démassification, culture et pouvoir des médias, sur le rôle des médias dans la genèse de la société de consommation, les phénomènes de mondialisation, la révolution des technologies de l'information, etc.

**EDM4522 Oeuvres marquantes en télévision**

Faire ressortir les vrais critères d'appréciation des oeuvres télévisuelles comparativement aux autres modes de création. Départager la dynamique qualité/popularité. Distinguer les genres et la personnalité des chaînes. Relier les oeuvres aux divers contextes sociaux pour y dégager les momentum dominants. Rendre relative l'appréciation de la télévision aux milieux d'accueil et aux contextes historiques.

**EDM4541 Journalisme et société****Objectifs**

Ce cours vise à présenter le rôle et les fonctions de l'information dans la société. Il aborde dans une perspective journalistique, différents courants et tendances actuelles qui animent et affectent le monde des médias québécois. Les notions vues en classe permettront à l'étudiant de comprendre et d'analyser les mécanismes qui sous-tendent la fabrication de l'information au sein des entreprises de presse et dans différents contextes professionnels; de distinguer les différents genres journalistiques et les pratiques s'y rattachant; de connaître les organismes qui représentent les journalistes ainsi que les principaux enjeux qui les concernent (relations de travail, statut du journaliste, relation avec les sources, qualité de l'information, etc.). Ce cours vise également à apprécier la nature et la portée des facteurs culturels, financiers, technologiques et sociaux sur les pratiques journalistiques; de se pencher sur l'évolution du métier à l'aune des transformations des médias et de la société et d'explorer, au regard des expériences les plus récentes, les perspectives d'avenir dans un contexte élargi (nord-américain, occidental, mondial).

**Modalité d'enseignement**

Cours théoriques et exercices pratiques.

**EDM4543 Points tournants et figures de proue du journalisme québécois****Objectifs**

Ce cours vise à tracer les grandes lignes de l'évolution du journalisme québécois en se penchant sur les moments clefs de l'histoire des médias d'information et sur les événements ayant marqué les pratiques journalistiques au Québec et ailleurs. Il décrira le parcours de certains

journalistes qui se sont démarqués par leur approche novatrice en information ou leur engagement déterminant dans la société. Conçu pour des étudiants en journalisme, ce cours s'intéressera également aux différentes tendances observées dans les pratiques à travers le temps ainsi qu'aux facteurs ayant influencé leurs mutations.

#### **EDM5261 Information internationale**

##### Objectifs

Ce cours vise à rendre la personne étudiante apte à développer une réflexion critique sur le rôle et la fonction de l'information internationale dans les médias québécois, canadiens et étrangers à l'aune des nouvelles dimensions et problématiques des relations internationales. La personne étudiante examinera l'infrastructure, la cueillette, le traitement et la diffusion de l'information internationale à travers les grandes agences de presse et les chaînes d'information continue ainsi que le caractère particulier du travail du reporter assigné à la couverture des événements internationaux.

##### Modalité d'enseignement

Cours théoriques et exercices pratiques.

#### **ESP1010 Langue, cultures et identités dans le monde hispanophone**

##### Objectifs

Ce cours, offert en français, a pour objectif d'explorer les relations dynamiques et changeantes entre la langue espagnole, les cultures et les identités dans le monde hispanophone.

##### Sommaire du contenu

Le cours se concentre sur le monde hispanophone en tant que communautés réelles et évolutives en explorant divers aspects de la langue et des cultures tels que les communautés linguistiques et leurs liens avec l'évolution des identités des locutrices, des locuteurs et la présence de la langue dans les domaines du développement et de la coopération internationale.

##### Modalité d'enseignement

Des sorties pourraient être organisées en dehors de l'horaire régulier des cours.

#### **ESP2200 L'espagnol et les médias**

##### Objectifs

Ce cours s'adresse aux étudiants qui s'expriment à l'oral et à l'écrit en espagnol dans des situations de base. L'objectif principal du cours est d'enrichir la compréhension et l'expression écrites et orales par la lecture de documents provenant de la presse et par l'écoute des médias hispanophones. Appropriation du lexique relié aux médias. Sensibilisation à certaines particularités socioculturelles des pays hispanophones. À la fin de ce cours, les étudiants seront en mesure de comprendre et de rédiger des documents de difficulté moyenne et de s'exprimer sur des sujets liés aux médias.

##### Modalité d'enseignement

Approches pédagogiques mixtes axées sur la communication. Utilisation des technologies appropriées.

##### Conditions d'accès

ESP1200 Espagnol II ou selon le test de classement

#### **FCM1514 Démarches de recherche en communication**

##### Objectifs

Par une présentation des diverses approches méthodologiques, ce cours rend la personne étudiante apte à sélectionner les meilleures approches de recherche selon les différents contextes d'études ou objets de communication. Ce cours inclut une initiation à la démarche de recherche en sciences humaines (pratiques du doute et de la critique, construction d'une problématique, formulation d'hypothèse, etc.). Le cours abordera également les méthodes quantitatives et qualitatives de cueillette et d'analyse des données, les spécificités des médias comme corpus de données et l'exploration des possibilités et des limites de l'Internet comme outil de recherche en communication médiatique.

#### **FCM2100 100 ans de cinéma : art en évolution**

##### Objectifs

Le cinéma est un art qui depuis le premier tour de manivelle a évolué constamment. La découverte de nouveaux moyens techniques et artistiques a modifié son langage et sa signification. Le montage, la photographie, le son, le scénario, la mise en scène, le jeu du comédien, les effets spéciaux.

##### Modalité d'enseignement

Cours magistral

#### **FCM3240 Histoire des communications**

Étude des grands enjeux de la communication à travers leurs fondements historiques, les principaux repères chronologiques et géographiques, la contextualisation des phénomènes communicationnels dans le cadre général de l'évolution des sociétés humaines et des différentes cultures en occident. Familiarisation à l'évolution de la transmission de données, aux structures de médiatisation et de diffusion, à l'évolution des supports d'expression dans le cas des approches médiatisées. Savoir distinguer les véhicules de la communication des contenus de la communication. Illustration du développement des systèmes de communication en fonction de la complexification des structures sociales.

#### **FIN1715 Le financement d'un bien culturel**

Ce cours a pour objectif d'initier les étudiants aux modes de financement particuliers des entreprises culturelles, à leur donner un aperçu des organismes privés et publics de financement et à se familiariser avec les différents programmes de soutien gouvernementaux existants. Les étudiants seront également amenés à comprendre comment les caractéristiques économiques particulières des biens culturels rendent uniques les modalités de financement des entreprises. Enfin, on favorisera la compréhension concrète du financement d'un projet ou d'une entreprise culturelle au moyen d'études de cas. Présentation des différents modes de financement des entreprises culturelles (ressources propres, subventions, investissements, crédits d'impôt, commandite). Bref historique et présentation des principaux organismes de financement au Québec et au Canada et des particularités de leurs programmes de soutien (aide au projet ou à l'entreprise, critères d'admissibilité). Études de cas par le biais du suivi d'un financement de projet ou d'entreprise dans le domaine de l'édition, de la production de disque et de spectacles, de la production télévisuelle et cinématographique.

#### **ITA1030 Introduction à la langue et à la culture italiennes**

##### Objectifs

Ce cours, donné en français, est une introduction à l'évolution de la langue, de la culture et de la société italiennes. Différents thèmes sociohistoriques, culturels et artistiques y seront abordés à travers des textes littéraires, des documentaires et des articles de journaux en langue française. À l'issue de ce cours, les étudiants auront acquis une connaissance globale de l'évolution de la langue et de la culture italiennes, de la réalité sociopolitique de l'Italie et de ses grands courants historiques et artistiques.

##### Modalité d'enseignement

Des sorties culturelles pourraient être organisées en dehors de l'horaire régulier du cours. Des conférenciers pourraient être invités.

#### **ITA1034 Langue, culture et cinéma italiens**

##### Objectifs

Ce cours, enseigné en français, vise à présenter et à analyser divers aspects de la culture italienne à travers son cinéma, ses grands cinéastes et ses œuvres les plus marquantes, en plus d'exposer les étudiants à la langue italienne. À l'issue de ce cours, les étudiants seront en mesure de mieux apprécier les contextes socioculturels et leurs représentations dans les œuvres visionnées. Des films et des extraits seront présentés en version originale sous-titrée, permettant aux étudiants de se familiariser avec des aspects de l'italien oral et d'en découvrir certaines particularités régionales.

#### **JPN1110 Introduction à la langue et à la culture du Japon**

**Objectifs**

Ce cours donné en français présente un aperçu de l'évolution de la société japonaise. Les objectifs du cours sont de découvrir une culture originale qui fait du Japon l'une des premières économies du monde; d'explorer des éléments caractéristiques de l'évolution de sa culture; de connaître des éléments de la langue.

**Sommaire du contenu**

Différents thèmes seront abordés : les traditions et pratiques culturelles; l'environnement géographique et climatique; les religions qui influencent la pensée japonaise; la langue et le mode de communication; le processus de prise de décision; l'évolution de la société japonaise à travers l'histoire; le développement économique; la réalité politique et économique contemporaine; les grands courants artistiques; la culture populaire contemporaine (le cinéma et la musique).

**Modalité d'enseignement**

Présentations multimédias, sorties culturelles au besoin. Des conférenciers pourraient être invités à donner certaines parties du cours.

**JPN1111 Le cinéma d'animation et d'horreur japonais****Objectifs**

L'objectif de ce cours est d'initier l'étudiant aux grandes tendances esthétiques et stylistiques du cinéma d'animation et d'horreur japonais, d'une part, et d'étudier la culture, la langue, la philosophie et la mythologie de la société japonaise par le contenu des récits présentés, d'autre part.

**Sommaire du contenu**

Le cinéma d'animation japonais aborde notamment les thèmes de l'adolescence (Evangelion de Hideaki Anno), la technologie, la biotechnologie et les cyborgs (Ghost in the Shell de Mamoru Oshii) et le corps (Perfect Blue de Satoshi Kon). Le cinéma d'horreur aborde les thèmes des esprits vengeurs (Ugetsu Monogatori de Kenji Mizoguchi, Dark Water et Ringu de Hideo Nakata) et des tueurs en série (Ichi the Killer de Takashi Miike). Les films sont visionnés en japonais, avec sous-titrage, ce qui permet aux étudiants de se familiariser avec la prosodie du japonais.

**Modalité d'enseignement**

Cours magistral et discussions en classe. Présentations multimédias.

**JUR1250 Aspects juridiques, réglementaires et politiques dans les domaines des communications et de la culture**

Ce cours vise à rendre l'étudiant apte à acquérir une vision d'ensemble des lois, règlements et politiques qui régissent les domaines des communications et de la culture. Théories et pratiques de l'intervention de l'État dans les domaines des communications et de la culture. Présentation des principales organisations (ministères, Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes, Bureau de la concurrence, etc.) Études des principaux textes de loi, règlements et politiques en communication et en culture (Droit d'auteur, Loi sur le statut de l'artiste, Code du travail, etc.)

**SAC3130 L'action culturelle à travers les médias****Sommaire du contenu**

Approfondir la connaissance empirique de l'action culturelle à travers les médias au Québec/Canada et permettre aux étudiantes, étudiants de mieux se préparer à l'intervention culturelle par le biais des médias. Analyse des formes d'action culturelle via les médias (histoire et dimensions de l'action des médias, enjeux, effets réels et possibles en termes d'individualisation, de démocratisation et de démocratie culturelle: industrialisation de la culture, phénomène de l'info-spectacle. Pratiques et stratégies d'action culturelle dans les médias de masse alternatifs et communautaires.

**Modalité d'enseignement**

Cours magistral

**SAC4530 Action culturelle et théâtre populaire****Objectifs**

Ce cours dresse un état des lieux du théâtre de création au Québec. Plus précisément, ce cours répond à deux objectifs. D'une part, il permet de relever et d'analyser les événements artistiques et sociaux qui ont marqué l'évolution du Québec de 1945 à 1970 et ainsi favorisé l'éclosion de la dramaturgie québécoise. D'autre part, il retrace et analyse l'évolution du théâtre de création au Québec : le théâtre élitiste par rapport au théâtre populaire; le passage du théâtre didactique au théâtre expérimental; l'économie sociale et le théâtre à la recherche d'une animation culturelle vivante; la relation essentielle entre le public et l'actrice, acteur.

**Sommaire du contenu**

Outre des éléments de connaissance théorique, le cours présente des modes expérimentaux de créativité par des exercices pratiques. Il permet aussi d'acquérir des notions de base pour un jeu d'actrice, acteur efficace et d'expérimenter des jeux théâtraux pour animer un groupe.

## CHEMINEMENT TYPE À TEMPS COMPLET

1	Cours d'entrée	Cours d'entrée	Cours complémentaire OU d'approfondissement	Cours complémentaire OU d'approfondissement	Cours d'approfondissement OU hors discipline
2	Cours d'entrée	Cours d'entrée	Cours complémentaire OU d'approfondissement	Cours complémentaire OU d'approfondissement	Cours d'approfondissement OU hors discipline
3	Cours d'entrée	Cours d'entrée	Cours complémentaire OU d'approfondissement	Cours complémentaire OU d'approfondissement	Cours d'approfondissement OU hors discipline
4	Cours d'entrée OU complémentaire	Cours d'entrée OU complémentaire	Cours complémentaire OU d'approfondissement OU cours hors discipline	Cours complémentaire OU d'approfondissement OU cours hors discipline	Cours d'approfondissement OU cours hors discipline
5	Cours d'entrée OU complémentaire	Cours d'entrée OU complémentaire	Cours complémentaire OU d'approfondissement OU cours hors discipline	Cours complémentaire OU d'approfondissement OU cours hors discipline	Cours d'approfondissement OU hors discipline
6	Cours d'entrée OU complémentaire	Cours d'entrée OU complémentaire	Cours complémentaire OU d'approfondissement OU cours hors discipline	Cours complémentaire OU d'approfondissement OU cours hors discipline	Cours d'approfondissement OU hors discipline

N.B. : Le masculin désigne à la fois les hommes et les femmes sans aucune discrimination et dans le seul but d'alléger le texte.

Cet imprimé est publié par le Registrariat. Basé sur les renseignements disponibles le 16/02/24, son contenu est sujet à changement sans préavis.

Version Automne 2024