

## Baccalauréat en communication (stratégies de production culturelle et médiatique)

**Téléphone :** 514 987-3637  
**Courriel :** communication.stratprod@uqam.ca  
**Site Web :** stratprod.edm.uqam.ca

Code	Titre	Grade	Crédits
7234	Baccalauréat en communication (stratégies de production culturelle et médiatique)	Bachelier ès arts, B.A.	90

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

### OBJECTIFS

Ce programme vise à former des personnes aptes à oeuvrer à la conception, au développement et à la gestion de projets dans les domaines de la production médiatique et culturelle.

Les diplômés de ce programme seront en mesure d'identifier les différentes étapes du processus de la production médiatique et culturelle, d'en mesurer les déterminants majeurs, de collaborer à la mise en place, le développement, la gestion et l'évaluation de ces projets tout en élaborant une réflexion critique sur leur pratique. Leur champ d'intervention relève du secteur privé ou des institutions publiques notamment dans les sphères d'activité suivantes : le cinéma, la télévision, le multimédia, l'enregistrement sonore, la radio, le spectacle, etc.

Les objectifs spécifiques du programme s'établissent ainsi : L'acquisition de connaissances en communication et en culture, les contextes réglementaires, économiques et technologiques de la production médiatique et culturelle. Le développement d'une pensée critique de niveau universitaire sur le domaine et ses pratiques. La maîtrise de compétences méthodologiques et professionnelles liées aux stratégies de la production médiatique et culturelle. L'immersion dans des contextes de production médiatiques et culturels.

Ce baccalauréat donne également accès à la maîtrise en communication.

### CONDITIONS D'ADMISSION

#### Capacité d'accueil

Le programme est contingenté.

Capacité d'accueil : Automne 60; Hiver :0

Les places sont réparties au prorata des candidatures admissibles selon les quatre bases d'admission.

#### Trimestre d'admission (information complémentaire)

Admission au trimestre d'automne seulement.

#### Connaissance du français

Tous les candidats doivent posséder une maîtrise du français attestée par l'une ou l'autre des épreuves suivantes : l'Épreuve uniforme du

français exigée pour l'obtention du DEC, le test de français écrit du ministère de l'Éducation, du Loisir et du Sport ou 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.

#### Méthode et critères de sélection - Base DEC

Cote de rendement : 100 %.

#### Base expérience

Posséder des connaissances appropriées, être âgé d'au moins 21 ans et avoir travaillé dans un domaine relié à la production médiatique et culturelle pendant au moins 2 années.

#### Méthode et critères de sélection - Base expérience

Qualité du dossier professionnel (expérience pertinente justifiée par des lettres d'attestation d'emploi détaillées: fonction et nombre d'heures) : 100 %

#### Base études universitaires

Avoir réussi dix cours (trente crédits) de niveau universitaire au moment du dépôt de la demande d'admission.

#### Méthode et critères de sélection - Base universitaire

Qualité du dossier académique : 100 %.

#### Base études hors Québec

Être titulaire d'un diplôme approprié obtenu à l'extérieur du Québec après au moins treize années (1) de scolarité ou l'équivalent.

(1) À moins d'ententes conclues avec le Gouvernement du Québec.

#### Méthode et critères de sélection - Base études hors Québec

Qualité du dossier académique :100 %

#### Régime et durée des études

La formation pourra être suivie à temps complet ou à temps partiel. À cause d'exigences très serrées concernant la présence en atelier et, par conséquent, d'une grille horaire très chargée, un étudiant travaillant

à temps plein ne peut compter être inscrit à temps complet.

## COURS À SUIVRE

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

### Bloc A : Culture et communication: les six cours obligatoires suivants (18 crédits) :

EDM1001 Introduction aux théories de la communication médiatique  
EDM1501 Analyse des productions médias  
EDM2010 Introduction aux techniques et technologies d'évaluation  
EDM2015 Culture et communication en mouvement  
EDM4500 Médias et société  
FCM3240 Histoire des communications

### Bloc B : L'écologie de la production culturelle: les quatre cours obligatoires suivants (12 crédits) :

EDM2005 Les industries de la culture et des communications  
EDM3210 Organisation économique des médias  
EDM3841 Introduction aux pratiques médiatiques  
JUR1250 Aspects juridiques, réglementaires et politiques dans les domaines des communications et de la culture

### Bloc C : La production dans le champ culturel: les onze cours obligatoires suivants (33 crédits) :

COM1630 Théorie et pratique de la gestion de projet  
EDM2020 Introduction à la production dans les domaines des communications et de la culture  
EDM2030 Stratégies de mise en marché, de promotion et de diffusion dans les domaines des communications et de la culture  
EDM2052 Séminaire de synthèse  
EDM2060 Évaluation des pratiques et des usages des productions culturelles  
EDM2075 Entreprendre, dans les domaines culturel et médiatique  
EDM4000 Stage de production I  
EDM5000 Stage de production II  
FIN1715 Le financement d'un bien culturel  
MET2015 Gestion des organisations culturelles  
ORH2413 Aspects humains de la gestion des entreprises culturelles

### Bloc D (27 crédits) :

#### Six cours choisis parmi les suivants (cours complémentaires) (18 crédits) :

COM1105 Laboratoire d'initiation au travail en petit groupe  
COM2400 Introduction à la vulgarisation scientifique  
COM3104 Communication organisationnelle  
COM3130 Analyse critique du phénomène publicitaire  
COM5030 Communication et culture  
COM5065 Communications internationales et cultures locales  
DSR4700 Gestion internationale et cultures  
EDM2025 La communication médiatique : la réception active  
EDM2035 Organisation d'événements culturels et de communication  
EDM2040 Approches complémentaires de mise en marché, de promotion et de diffusion dans les domaines des communications et de la culture  
EDM2054 Suivi des projets intégrateurs  
EDM2070 Intervention culturelle et médiatique  
EDM2530 Architecture de l'information et des réseaux  
EDM3245 Histoire et esthétiques du cinéma de fiction  
EDM3246 Histoire et esthétiques du cinéma documentaire  
EDM3247 Histoire de l'expression visuelle et sonore  
EDM3555 Rhétorique des médias interactifs  
EDM3825 Stratégies de dramatisation médiatique  
FCM1413 Méthodes de recherche en communication

MET3224 Introduction à la gestion de projet  
MET4230 Productivité et qualité dans les services  
ORH5435 Introduction à la convention collective  
SOC3230 Sociologie du loisir

ou tout autre cours choisi avec l'autorisation de la direction du programme.

### Trois cours de spécialisation (9 crédits) :

Trois cours à choisir dans un même secteur de la production médiatique et culturelle (cinéma, télévision, médias interactifs, musique, théâtre, danse, etc.) Ces cours sont généralement des cours d'introduction à un domaine et le choix définitif dépendra des places offertes par les départements concernés. Il faut consulter la banque des cours disponibles pour tous les étudiants, portant les sigles APL, COM, DAN, DES, DSR, EDM, ETH, FCM, FIN, HAR, LIT, MET, MKG, MUS, ORH, SOC.

Deux des cours du Bloc D (totalisant neuf cours) devront obligatoirement être choisis parmi les cours non identifiés EDM.

## RÈGLEMENTS PÉDAGOGIQUES PARTICULIERS

La formation pourra être suivie à temps complet ou partiel.

Pour s'inscrire au cours EDM2052 Séminaire de synthèse, l'étudiant doit avoir réussi au moins 30 crédits dans le programme.

Pour s'inscrire aux activités de stage EDM4000 Stage de production I et EDM5000 Stage de production II, l'étudiant doit avoir complété 45 crédits du programme.

## DESCRIPTION DES COURS

### COM1105 Laboratoire d'initiation au travail en petit groupe

Développement d'habiletés à l'animation, à la participation et à l'observation dans un groupe de travail. Conditions pour un travail de groupe efficace: définition d'objectifs, choix des méthodes de travail, modes d'intervention de l'animateur au niveau du contenu. Examen des phénomènes propres aux groupes de tâche, les rôles, la prise de décision, le consensus, le leadership, l'évaluation.

### COM1630 Théorie et pratique de la gestion de projet

Ce cours vise l'acquisition d'un savoir théorique et pratique sur la gestion de projet: outil d'intervention indispensable tant dans le domaine communautaire qu'organisationnel. Généralement, la gestion de projets vise à regrouper différentes ressources sous la coordination ou la direction d'un chef de projet afin de concevoir et de réaliser une intervention. Ce cours vise à développer les connaissances et les habiletés requises pour maîtriser les grandes étapes de réalisation d'un projet: mise en oeuvre de l'avant-projet, planification, direction, contrôle et évaluation. De façon plus spécifique, le cours abordera les questions suivantes: le rôle et le leadership du gestionnaire de projet, la mise en place d'une structure de fonctionnement par projet, le fonctionnement d'une équipe interdisciplinaire, les ressources humaines, financières, matérielles et informationnelles requises, les types de projets et leur durée, les avantages et limites de ce type de gestion, les grilles de planification, de réalisation et d'évaluation d'un projet.

Conditions d'accès

Avoir réussi 15 crédits du programme.

### COM2400 Introduction à la vulgarisation scientifique

Comprendre le processus et les mécanismes de la vulgarisation scientifique et technologique. Perspective historique et problèmes

théoriques de la vulgarisation scientifique et technologique. Le rapport communicationnel de vulgarisation. Genèse et fonction du discours vulgarisateur. Les procédés discursifs et textuels. Les fonctions culturelles et sociales. Le marché et les formes de messages de vulgarisation: l'écrit, la radio, la télévision, le film, le multimédia; les nouvelles formes: les musées de science et de techniques, les boutiques de science, etc.

#### **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.

#### **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.

#### **COM5030 Communication et culture**

L'objectif de ce cours est de fournir perspectives et concepts pertinents pour cerner les rapports entre les faits de communication et de culture dans les sociétés occidentales contemporaines. Analyse des relations entre le développement des technologies de communication et les changements dans les systèmes culturels d'une société. Mass media, culture de masse et culture cultivée. Nouvelles technologies, système «consommationniste» et projets utopiques de la contre-culture. Communications et révolution culturelle. Le modèle américain, ses dérivés et contestations européennes et canadiennes.

#### **COM5065 Communications internationales et cultures locales**

Ce cours vise à rendre l'étudiant apte à: explorer les différences entre cultures, d'une part, et systèmes de communication, d'autre part; analyser différentes stratégies de communication; évaluer la pertinence de certaines stratégies de communication en fonction des cultures et des systèmes de communication. Après avoir établi une distinction heuristique entre culture (histoire, reproduction des valeurs, homogénéité ethnique, langue vernaculaire) et communication (géographie, négociation du sens, hétérogénéité ethnique, langue véhiculaire), les stratégies économiques, diplomatiques, etc. des nations, appréhendées à partir de ces deux concepts sont analysées et comparées. Ce cours met en évidence la nécessité de concevoir des stratégies de communication différentes lorsqu'on est confronté à des cultures différentes. Les exemples utilisés sont puisés dans l'histoire contemporaine des relations internationales.

#### **DSR4700 Gestion internationale et cultures**

L'objectif essentiel de ce cours est de faire prendre conscience à l'étudiant des dimensions technologiques, sociologiques, politiques, idéologiques, religieuses et historiques qui affectent les pratiques managériales dans différents pays. Le cours porte non seulement sur les dimensions culturelles et nationales qui différencient les groupes humains dans leur comportement, mais surtout sur les conséquences dans le management des individus et la gestion des affaires. Le cours vise à réaliser la relativité des principes de gestion souvent présentés comme universels, et à faire comprendre comment chaque pays génère des philosophies et des stratégies managériales qui lui sont propres et pourquoi ces différences constituent l'un des aspects de la gestion à l'étranger.

#### **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.

#### **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.

#### **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.

#### **EDM2010 Introduction aux techniques et technologies d'évaluation**

Introduction aux différentes approches de l'évaluation du produit médiatique et culturel ainsi qu'aux techniques et technologies d'évaluation qui permettent d'appréhender la valeur d'une production culturelle (évaluation comparative, évaluation institutionnelle, etc.). Histoire et définition de la notion d'interprétation: ses caractéristiques appliquées à la production culturelle et apport des TIC dans le développement de nouveaux outils méthodologiques. Analyse de la conception, du développement et de la réalisation de différents projets récents utilisant les principales techniques et technologies d'évaluation (méthodologie et techniques d'évaluation des besoins, enquêtes d'évaluation, analyse des coûts et bénéfices, analyse de retombées socio-économiques, évaluation des risques.

#### **EDM2015 Culture et communication en mouvement**

Ce cours a pour objectif de sensibiliser les étudiants aux événements marquants de l'actualité médiatique et culturelle. Il vise à mettre en évidence l'énorme menu culturel, sa disparité étonnante, les jeux d'opposition, de confrontation et d'innovation à travers les diverses expressions, la compétition commerciale et les mouvements de popularité. Ce cours est prévu comme une immersion dans le monde de la production médiatique et culturelle: film, émission de télévision, oeuvre multimédiatique, théâtre, expositions, etc.

#### **EDM2020 Introduction à la production dans les domaines des communications et de la culture**

Études des étapes de production en communication et en culture. Les services de développement des entreprises, la mise en place de la recherche, la conception, le montage financier, l'engagement des équipes, l'établissement des échéanciers, la passation des pouvoirs entre la gestation et la création, la place des producteurs pendant la création. Le passage de la création à la diffusion, l'intervention des services commerciaux, les modes de résolution des complications, la hiérarchie explicite et implicite entre les divers intervenants.

#### **EDM2025 La communication médiatique : la réception active**

Mettre en évidence le rôle fondamental joué par les récepteurs de produits médiatiques dans la construction du sens qu'ils projettent sur ces produits et l'usage qu'ils en font dans l'élaboration de leurs projets d'actions. Une fois posés, leurs gestes deviennent les conséquences de la communication médiatique quels qu'aient pu être les objectifs des diffuseurs. Au lieu de spéculer sur les intentions des émetteurs et sur le sens de leurs « messages », ce cours vise à expliquer les gestes posés par les destinataires. Étude de la façon dont les récepteurs impliqués dans les différents types d'activités, recherchent, sélectionnent, décryptent et utilisent les informations parmi les produits médiatiques globalement accessibles afin de concevoir et d'exécuter leurs projets d'actions. Alors que la plupart des études sur la réception s'intéressent exclusivement à la construction du sens par les destinataires et à la gratification qu'ils en tirent, l'approche, ici suivie, examine la façon dont des produits médiatiques ou des oeuvres artistiques, conçus pour distraire, séduire, fasciner ou persuader leurs destinataires immédiats, sont perçus et utilisés par des récepteurs « éloignés » ou « étrangers » comme indices révélateurs de l'habitus, des valeurs et de l'idéologie des membres de la communauté qui les a produites et disposées dans l'espace public planétaire. Contrairement aux approches traditionnelles qui partent de l'étude des produits médiatiques et des médias qui les véhiculent pour en étudier l'impact, le plaisir que leurs récepteurs en tirent ou, éventuellement, l'usage qu'ils en font, la démarche, ici proposée, part des gestes posés par des acteurs (gestes ou événements historiques éventuellement rapportés par les médias) et s'efforce d'identifier et d'analyser les produits médiatiques consommés par ces récepteurs/acteurs lors de l'élaboration et de la réalisation de leurs gestes. Ces activités des récepteurs (visés ou non par les diffuseurs) constituent ainsi les conséquences ultimes des produits médiatiques que ces acteurs ont pris en compte et rendus opérationnels!

#### **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.

#### **EDM2040 Approches complémentaires de mise en marché, de promotion et de diffusion dans les domaines des communications et de la culture**

Le deuxième cours de mise en marché permettra d'élargir les champs d'action et d'intervention des futurs intervenants en communication et en culture dans les secteurs de la mise en marché, de la promotion et de la diffusion. La réussite et le succès d'un produit culturel sont directement tributaires de sa mise en marché. L'objectif principal du cours consiste à faire connaître les principales approches et les outils utilisés dans le cadre d'opérations promotionnelles de mise en marché et de diffusion. Une mise en contexte et un questionnement d'ordre critique s'intègrent aux connaissances explorées. Par le biais d'analyse de cas, d'exercices et d'applications des connaissances transmises dans le cadre du cours, les étudiants ont l'occasion d'aborder le terrain de la mise en marché des principaux modes d'expression en culture et en communication.

#### **EDM2052 Séminaire de synthèse**

##### Objectifs

Ce cours permettra à l'étudiant d'identifier les secteurs dans lesquels il complètera sa spécialisation. À mi-parcours de son cheminement pédagogique, l'étudiant devra faire le point sur la maîtrise des compétences de base comme concepteur et gestionnaire, mettre en pratique les techniques acquises en gestion de projet et en soutien à la création, et acquérir une connaissance accrue des modes opératoires propres à chaque secteur. Plus particulièrement, le cours amènera l'étudiant à participer au dépouillement critique et à l'analyse d'un projet, à planifier son organisation pratique et sa réalisation dans plusieurs secteurs et contextes multiplateformes. L'étudiant devra identifier les habiletés organisationnelles et les défis créatifs inhérents aux diverses pratiques culturelles et médiatiques.

##### Sommaire du contenu

Le cours EDM2052 Séminaire de synthèse propose une réflexion critique sur le métier de producteur, sur son rôle comme partenaire créatif et comme acteur socio-économique. Plus particulièrement, le cours amènera l'étudiant à réfléchir sur la pratique et l'organisation du travail dans plusieurs secteurs spécifiques et multiplateformes. L'étudiant devra identifier les habiletés transversales qu'il aura à intégrer. À mi-parcours de son cheminement pédagogique, l'étudiant devra faire le point sur sa maîtrise des compétences de base comme concepteur, gestionnaire, entrepreneur et analyste. Ce cours permettra à l'étudiant de mieux situer et comprendre la place d'un producteur, d'un producteur délégué, d'un directeur de production ou de plateau dans un écosystème de création et de production, ainsi que celle de tous les autres créateurs, artistes, intervenants, artisans et techniciens.

##### Modalité d'enseignement

Ce cours consiste en une série d'exercices pratiques : 1. Faisant appel aux capacités d'analyse et aux habiletés de lecture et d'écriture (analyse de synopsis, dépouillements de scénarios et analyses budgétaires, etc.) 2. Mobilisant les connaissances en gestion d'équipes de projet (logistique et constitution de flux de production, horaires, contrats, etc.) 3. Touchant les secteurs suivants, entre autres : oeuvres de fiction en images en mouvement, documentaires et affaires publiques, captations et émissions télévisuelles, radiophoniques et transmissions en direct, médias numériques et productions interactives, arts d'interprétation, spectacles vivants et événements, jeux vidéo, production et édition musicale, tournées et coproductions internationales, patrimoine, arts visuels, publication traditionnelle et numérique, etc.

##### Conditions d'accès

Pour s'inscrire au cours EDM2052 – Séminaire de synthèse, l'étudiant doit avoir réussi au moins 30 crédits dans le programme.

#### **EDM2054 Suivi des projets intégrateurs**

##### Objectifs

Ce cours permettra aux étudiants d'approfondir leur réflexion et de valider les actions et les décisions qui leur incombent, comme producteurs délégués, gestionnaires de projets, directeurs ou coordonnateurs de production au sein des projets intégrateurs réalisés dans le cadre de leur formation au programme de stratégies de production culturelle et médiatique.

##### Sommaire du contenu

Le cours propose un encadrement pédagogique spécifique pour les étudiants qui participent aux projets intégrateurs et aux productions de fin d'études des programmes en création médias ou autres programmes connexes. Ce cours compte des aspects pratiques importants, en particulier la mise en place de stratégies exécutives et opérationnelles pour la réalisation de projets destinés à une présentation et une diffusion publiques. Les étudiants pourront proposer, appliquer et évaluer leurs propres plans de financement, de

promotion et diffusion, de gestion budgétaire et logistique adaptés aux productions dans lesquelles ils sont intégrés.

#### Modalité d'enseignement

Ce cours consiste en une série d'ateliers pratiques dirigés, en collaboration avec les programmes de premier cycle universitaire en création média, ou tout autre programme dédié à la formation et au développement de la création et des industries culturelles, créatives, et médiatiques. Ces ateliers permettront de faire un suivi en temps réel du développement, des études de faisabilité, des phases de lancement, de mise en œuvre et de clôture des projets intégrateurs. Les ateliers sont programmés selon un calendrier de production couvrant deux semestres d'étude (automne et hiver de la même année académique).

#### Conditions d'accès

Pour s'inscrire au cours, l'étudiant doit : avoir complété au moins 24 crédits dans un programme de premier cycle en communication ; répondre aux exigences académiques fixées par les programmes initiant les projets intégrateurs, incluant l'obligation de compléter d'autres cours dans les programmes concernés.

#### **EDM2060 Évaluation des pratiques et des usages 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 tout en lui proposant un ensemble de notions, concepts et outils méthodologiques pertinents. L'oeuvre culturelle dans sa production et sa réception. Discours et pratiques de la production culturelle, la réappropriation des produits et services culturels par les publics. Les discours et les pratiques de la production culturelle, la réappropriation des produits et services culturels par les publics. Champ de l'interprétation de l'oeuvre culturelle, l'insertion du produit culturel dans les cadres esthétiques et éthiques en vigueur.

#### **EDM2070 Intervention culturelle et médiatique**

Former les étudiants à mieux analyser le milieu culturel, à mieux flairer les tendances émergentes et à mieux comprendre les sensibilités des publics. Outiller les étudiants afin qu'ils deviennent des intervenants visionnaires, toujours en avance sur les tendances culturelles. Leur offrir des éléments d'analyse permettant de dégager des stratégies d'intervention afin de mieux saisir l'état de réceptivité des publics et de prévoir les grands enjeux culturels à venir. Construit à partir d'une approche à la fois anthropologique, historique et communicationnelle, le cours Intervention culturelle et médiatique propose une analyse en deux volets. À partir d'étude de cas en production médiatique et culturelle (séries télé, genres musicaux, productions de scène), le cours s'attarde dans un premier temps à cerner les facteurs sociaux qui influencent, déterminent et nourrissent la production culturelle. Ce qu'est la culture, ce qui fait le succès d'un produit dans un contexte donné sont autant de paramètres à explorer. Dans un second temps, l'étude de cas permet et stimule l'élaboration des stratégies d'intervention permettant l'exploration des nouvelles tendances, l'émergence des nouveaux créneaux et des produits à l'avant-garde de l'expression culturelle dans nos sociétés.

#### **EDM2075 Entreprendre, dans les domaines culturel et médiatique**

Le cours vise à offrir aux étudiants du programme un coffre d'outils susceptible de leur permettre de créer leur propre entreprise et de mettre en œuvre des projets dans les domaines culturel et médiatique. L'enseignement proposé portera sur les diverses facettes de la création d'une entreprise culturelle et médiatique, et l'élaboration et la mise en marché éventuelle d'un bien culturel et médiatique. Il posera les jalons nécessaires à une action efficace (recherche de capital de risque, plan d'affaires, financement disponible, identification des publics, identification des partenaires, etc.) dans le domaine de la production culturelle et médiatique.

#### **EDM2530 Architecture de l'information et des réseaux**

Historique et connaissance des divers concepts afférents à la représentation de l'information et son traitement. Différenciation entre données, information et connaissance. Compréhension des méthodologies de structuration (hiérarchisation; réseaux; intertextualité) et de traitement (recherche; classification; indexation; synthèse; résumé). Familiarisation aux approches de visualisation, de schématisation et autres formes de médiation.

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

#### **EDM3245 Histoire et esthétiques du cinéma de fiction**

Les divers projets esthétiques reliés aux films importants de l'histoire du cinéma mondial de fiction. Les fondateurs: Eisenstein, Pudovkine, Griffith, Pastrone. Le muet. L'avènement du sonore. L'expressionnisme allemand. Le réalisme poétique français des années 30-40. Le film noir américain. Le néoréalisme italien et ses transformations. La nouvelle vague. Hollywood et les réalisateurs des années 70: Coppola, Scorsese. Postmodernisme et cinéma. Le Dogme danois.

#### **EDM3246 Histoire et esthétiques du cinéma documentaire**

La naissance du documentaire et son «évolution» jusqu'à nos jours. Les grands projets esthétiques qui ont marqué cette «évolution» (Vertov, Flaherty, Grierson, Ivens, Rouch, Brault/Perrault, Morris). Les technologies et leur influence sur le documentaire. Les films importants de l'histoire du documentaire.

#### **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. Suite à 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.

#### **EDM3825 Stratégies de dramatisation médiatique**

Étude des stratégies de dramatisation dans un cadre de médiatisation. Familiarisation aux principales constituantes du récit et aux règles permettant de camper l'histoire dans une forme dramatique. Identification des agents de dramatisation et compréhension de leur rôle dans la structuration d'une oeuvre médiatique: les conflits, la contextualisation, la quête, les dialogues, la chaîne causale, l'évolution, la psychologie des personnages, l'exposition, la fin. Conséquences de l'interactivité sur les procédés d'écriture. Approche historique et selon

les genres: depuis le théâtre grec jusqu'aux jouets électroniques (Tamagotchi) ou jeux de simulation (Sim City) peuplés d'êtres virtuels.

#### **EDM3841 Introduction aux pratiques médiatiques**

Familiarisation avec les instruments et appareils de production utilisés dans les diverses pratiques médiatiques. Les caméras, les studios de tournage, certaines techniques d'effets spéciaux et les systèmes de montage. Initiation au multimédia, théorie sur la lumière, le son, la compression des documents, des images fixes et de la vidéo. Les techniques de numérisation et les formats de fichiers. Compréhension des différentes étapes d'une production de la pré-production à la post-production. Préparation des budgets en fonction des choix technologiques.

#### **EDM4000 Stage de production I**

Ce cours vise à offrir aux étudiants une formation complémentaire à la formation académique en confrontant le stagiaire aux exigences d'une production dans le cadre d'un milieu professionnel établi. Étape transitoire entre le milieu scolaire et le milieu professionnel; perfectionnement de l'apprentissage pratique dans un contexte non simulé; mise en application de l'esprit critique affiné par les cours théoriques dans les trimestres antérieurs.

Conditions d'accès  
Avoir complété 45 crédits.

#### **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.

#### **EDM5000 Stage de production II**

Ce cours vise à offrir aux étudiants une formation complémentaire à la formation académique en confrontant le stagiaire aux exigences d'une production dans le cadre d'un milieu professionnel établi. Étape transitoire entre le milieu scolaire et le milieu professionnel; perfectionnement de l'apprentissage pratique dans un contexte non simulé; mise en application de l'esprit critique affiné par les cours théoriques dans les trimestres antérieurs.

Conditions d'accès  
Avoir complété 45 crédits.

Préalables académiques  
EDM4000 Stage de production I

#### **FCM1413 Méthodes de recherche en communication**

L'objectif général de ce cours est de développer des habiletés à produire un discours cohérent et pertinent en contexte et d'identifier, de répertorier et d'analyser avec rigueur les contenus accessibles sur différents supports conventionnels ou électroniques. Seront abordés l'argumentation, la rhétorique, le résumé, la synthèse, le compte rendu, l'élaboration d'une problématique; la rédaction (introduction, structure de l'argumentation et conclusion); les références et les annexes. Seront aussi présentés des outils disponibles à des fins de recherche documentaire: banques de données, documents statistiques, dossiers de cours de justice, index et périodiques, rapports annuels, textes scientifiques, etc., sur différents supports conventionnels ou électroniques.

#### **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.

#### **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 lois, règlements et politiques en communication et en culture (Droit d'auteur, Loi sur le statut de l'artiste, Code du travail, etc.)

#### **MET2015 Gestion des organisations culturelles**

Ce cours a pour objectif d'initier les étudiants à la gestion des organisations culturelles et à leur donner un aperçu des principaux enjeux économiques et financiers auxquels font face ces organisations. Plus précisément, il vise à familiariser les étudiants avec un certain nombre de notions économiques de base, tirées de l'économie industrielle et de l'économie de l'information, notions qui seront appliquées de façon concrète au domaine culturel. Initier l'étudiant à l'analyse économique appliquée aux organisations culturelles. Bref aperçu de notions économiques de base (structures de coûts et de revenus, principales structures de marchés), typologie des domaines culturels, grandes fonctions économiques liées au cycle de vie des produits culturels. Application concrète de ces notions à partir d'études de cas dans le domaine des organisations culturelles (édition de livres, production de disques, diffusion de spectacles, production cinématographique). Les étudiants seront ainsi amenés à : (1) comprendre ce qu'est une organisation, et plus particulièrement une organisation culturelle ; (2) comprendre l'organisation économique concrète des activités culturelles, à partir de l'analyse des secteurs et de leur structuration en filières dans certains domaines culturels ; (3) comprendre les décisions et stratégies des organisations culturelles, en fonction de la structure des marchés, des contraintes financières liées aux choix de production et de l'état donné de la technologie, de la réglementation et de l'intervention de l'État.

#### **MET3224 Introduction à la gestion de projet**

**Objectifs**

Les objectifs du cours sont d'amener les étudiant(e)s à comprendre ce qu'est la gestion de projet ainsi que de connaître et de maîtriser les principaux outils et les méthodes de base afin d'effectuer les activités de gestion de projet, de la planification à la réalisation. À la fin de ce cours, l'étudiant(s) aura acquis les habiletés qui lui permettront de : - Définir et comprendre la gestion de projet ainsi que sa nature, son contexte et ses particularités - Connaître le vocabulaire de base en gestion de projet - Apprendre et maîtriser les différents outils et méthodes en gestion de projet - Évaluer la performance et les risques inhérents de la gestion de projet.

**Sommaire du contenu**

Par ailleurs, à la fin du cours, les étudiants auront acquis des connaissances clés quant aux fondements historiques et théoriques, le vocabulaire de base en gestion de projet, et aborder les aspects de contrôle, de communication et de gestion du changement. Les apprentissages de ce cours pourront être mis à profits dans une multitude de contextes aussi bien professionnels que personnels. De plus, les étudiants seront amenés à développer un plan de projet ainsi qu'à évaluer la performance et les risques inhérents à tout projet.

**Modalité d'enseignement**

Ce cours comporte quelques séances de laboratoire.

**MET4230 Productivité et qualité dans les services**

Les objectifs de ce cours sont d'amener l'étudiant à avoir une meilleure vue d'ensemble du processus de production et de ses principales interrelations; comprendre ce que sont la qualité et la productivité dans les services de même que leur déterminants; connaître les principaux moyens de mesure de la productivité et de la qualité; pouvoir concevoir un service et un processus de production concurrentiel; connaître les principaux mécanismes qui permettent l'amélioration continue des processus de production. De façon générale, ce cours vise à sensibiliser l'étudiant aux différents aspects de la conception d'un service, de la mise sur pied d'un système de production (production de services) et de la gestion de la qualité et de la productivité. Tout au long du cours, on mettra l'accent sur la mise en oeuvre des plans d'action et des stratégies découlant des analyses. De façon plus spécifique, le cours vise à amener l'étudiant à comprendre le positionnement stratégique et les différents facteurs qui déterminent la compétitivité des services, le rôle de la technologie et les particularités de la gestion de la technologie dans les services, l'importance primordiale des ressources humaines et de l'harmonie dans les différents facteurs de production ainsi que l'imbrication du processus de production de l'entreprise avec ceux des clients (dans le cas de clients commerciaux et industries) et des fournisseurs, constituant une chaîne de valeurs dont les maillons sont étroitement interdépendants.

**Préalables académiques**

MET4261 Gestion des opérations

**ORH2413 Aspects humains de la gestion des entreprises culturelles**

Ce cours a comme principal objectif de familiariser les étudiants aux notions fondamentales de la gestion des comportements des individus et des groupes, de la gestion des ressources humaines et des relations de travail au sein des entreprises culturelles. L'approche pédagogique de ce cours vise : - l'acquisition par les étudiants de méthodes d'analyse et de résolution de problèmes adaptées à l'environnement des entreprises culturelles; - initier les étudiants à l'analyse des concepts et des approches de gestion du personnel afin de permettre la compréhension des enjeux propres à la motivation, à la satisfaction et à l'efficacité du personnel en milieu culturel et médiatique; aperçu des notions de leadership, de communication organisationnelle et de changement/innovation au sein des organisations. Introduction aux concepts de gestion des relations de travail au sein de l'environnement

des entreprises culturelles, notamment: (1) les principaux acteurs institutionnels et associatifs patronaux et syndicaux; (2) les enjeux et stratégies de négociations ou de partenariats; (3) les techniques appliquées à la négociation et à la résolution de conflits.

**ORH5435 Introduction à la convention collective**

Connaître et analyser le contenu des dispositions des conventions collectives; étudier la fréquence des principales règles qui y sont élaborées et en saisir la portée sur les relations patronales-syndicales dans une organisation; prévoir des mécanismes nouveaux rendus nécessaires par l'état particulier des relations patronales-syndicales dans des secteurs spécifiques de l'activité économique. Ancienneté: promotion et rétrogradation. Évaluation des tâches. Conditions de travail. Mesures disciplinaires. Licenciement, rappels et démission. Langue de travail. Rémunération et primes.

**SOC3230 Sociologie du loisir**

Recherche et étude systématique des facteurs pertinents à une compréhension sociologique des phénomènes liés au loisir. Impact du développement des loisirs sur la culture et l'organisation sociale. Analyse de textes de Riesman, Marcuse, Galbraith, Dumazedier, Touraine et autres.

**CHEMINEMENT TYPE DE L'ÉTUDIANT À TEMPS COMPLET**

A1	EDM1001	EDM1501	MET2015	EDM2005	EDM2020
H1	EDM3210	COM1630	EDM2010	JUR1250	EDM2015
A2	EDM2030	COMP.1*	FIN1715	ORH2413	EDM2075
H2	EDM4500	FCM3240	EDM3841	SPÉ.**1	EDM2052
A3	EDM2060	COMP.2	COMP.3	SPÉ.2	EDM4000
H3	COMP.4	COMP.5	COMP.6	SPÉ.3	EDM5000

\* COMP.: cours complémentaire |

\*\* SPÉ.: cours de spécialisation |

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 10/07/17, son contenu est sujet à changement sans préavis.

Version Été 2017