PREMIER CYCLE

B.A. SPÉCIALISÉ EN COMMUNICATIONS SOCIALES POUR LES DIPLÔMÉS DE RADIO DE LA CITÉ COLLÉGIALE



Changez la face du monde

UNIVERSITÉ SAINT-PAUL UNIVERSITY

ustpaul.ca/programmes

RENSEIGNEMENTS GÉNÉRAUX

Description du programmeÂ :

L'Ã©tude des communications sociales explore les moyens dont l'information est perÃ§ue, transmise et comprise. Elle Ã©tudie aussi l'impact de ces moyens auprÃ¨s de la sociÃ©tÃ©. L'Ã©tude des communications sociales comprend les aspects culturels, politiques et sociologiques de la communication.

Offert par la FacultÃ© des sciences humaines, la formation en communications sociales permet d'acquÃ©rir un Ã©ventail d'outils de communication servant Ã comprendre le monde et Ã interagir avec lui.Â

En plus des cours de la formation fondamentale*, le programme de communications sociales du 1er cycle propose une formation thÃ©orique et pratique sur les multiples aspects de la communicationÂ : l'histoire des mÃ©dias et des communications, la mondialisation et les mÃ©dias sociaux, le marketing social, l'Ã©thique et la communication organisationnelle. Les Ã©tudiants ont aussi l'occasion d'approfondirÂ divers sujets.

*La formation fondamentale fait partie de tous les baccalaurÃ©ats offerts Ã l'UniversitÃ© Saint-Paul.

Ce que vous apprendrezÂ :

Durant vos Ã©tudes, vous recevrez une solide formation en matiÃ¨re de communication planifiÃ©e tout en dÃ©veloppant d'excellentes capacitÃ©s d'analyse et une comprÃ©hension approfondie de la thÃ©orie des communications. Vous dÃ©velopperez Ã©galement des aptitudes Ã exprimer votre raisonnement au moyen de la rÃ©daction professionnelle tout en apprenant Ã concevoir et Ã procÃ©der au montage de productions audiovisuelles destinÃ©es Ã Ãªtre diffusÃ©es sur des supports multiples.

Pourquoi choisir l'UniversitÃ© Saint-Paul?

- » Pour ses classes de dimension humaine et son ratio Ã©tudiants-professeurs
- » Pour son campus sÃ©curitaire et convivial, avec des services personnalisÃ©s
- » Pour son bilinguisme et son emplacement au coeur de la capitale nationale
- » Pour sa diversitÃ© de la population Ã©tudiante qui apporte une vision internationale
- » Pour sa solide rÃ©putation, son histoire et sa tradition catholique

Perspectives de carriÃ¨resÂ :

- » Agent de communication
- » Agent de relations publiques
- » Agent de recherche
- » Animateur/prÃ©sentateur
- » AttachÃ© de presse
- » CinÃ©aste
- » Chroniqueur
- » Conseiller en communication philanthropiques
- » Ã‰ditorialiste
- » Gestionnaire de contenu web
- » Lobbyiste
- » Journaliste
- » Publiciste
- » RÃ©alisateur/producteur radio, tÃ©lÃ©, vidÃ©o
- » Reporteur
- » ScÃ©nariste multimÃ©dia
- » SpÃ©cialiste des relations avec les mÃ©dias

Cliquez iciÂ pour en savoir plus sur le programme de Bourses d'admission de l'UniversitÃ© Saint-Paul. Autres programmes qui pourraient vous intÃ©resserÂ :

- » Ã‰tudes de conflits (certificat en rÃ©solution de conflits)
- » B.A. spÃ©cialisÃ© avec majeure en communications sociales
- » B.A. spÃ©cialisÃ© en Ã©tudes de conflits
- » B.A. spÃ©cialisÃ© avec majeure en Ã©tudes de conflits

La liste des cours Ã suivre est prÃ©sentÃ©e sous l'onglet Exigences de programme.

Corps professoral

BLAIS, Martin, Professeur
Théorie pragmaticienne de la communication; Communication organisationnelle et théories contemporaines du leadership; Épistémologie du marketing

DAKROURY, Aliaa, Professeure
Les droits de la communication; Mondialisation et les technologies de l'information et de la communication; La gouvernance et les politiques canadiennes des medias; La justice sociale et les droits culturaux; Islam et la représentation des medias

O. ONGUNY, Philip, Professeur

PIETROBRUNO, Sheenagh, Professeure
Nouveaux médias et culture numérique; médias sociaux; patrimoine immatériel numérique; archéologie des médias, théories des médias; histoire des médias.

STUART, Stephen, Professeur
Responsabilités sociales d'organismes de sport à grande échelle; administration du risque dans les sports extrêmes; administration; marketing social; communication.

ADMISSION

Modalités d'admission au programme

Les candidates et candidats admissibles désirant se prévaloir de la présente entente doivent suivre la procédure suivante :

» le formulaire d'admission de l'Université Saint-Paul ou du Centre de demande d'admission aux universités de l'Ontario (OUAC) doit être utilisé pour formuler sa demande;
» la demande d'admission doit être déposée au plus tard le 30 avril et doit être accompagnée d'un relevé de notes attestant l'obtention du diplôme du programme de Radiodiffusion;
» si le relevé de notes est incomplet, l'admission sera conditionnelle à la présentation d'un relevé de notes final attestant l'obtention du diplôme du programme de Radiodiffusion;
» les frais administratifs reliés à la demande d'admission s'appliquent.

L'Université Saint-Paul se réserve le droit de refuser cette entente à une candidate ou un candidat ayant obtenu son diplôme collégial du programme de Radiodiffusion plus de trois ans avant sa demande d'admission.

Demande d'admission

Vous devez remplir ce formulaire :

Note : Si vous prévoyez faire demande d'admission à plus d'une université, nous vous recommandons de remplir le formulaire de demande d'admission du Centre de demande d'admission aux universités de l'Ontario (OUAC)

DOCUMENTS REQUIS POUR L'ÉVALUATION DE VOTRE DEMANDE D'ADMISSION

Afin que nous puissions évaluer votre demande d'admission, vous devez soumettre des relevés de notes officiels pour l'ensemble de vos études antérieures (niveaux secondaire, collégial et universitaire). Ces relevés de notes doivent être envoyés directement par votre établissement scolaire à l'adresse suivante :

Université Saint-Paul
Bureau de l'admission et des services aux étudiants
223, rue Main
Ottawa (Ontario)
K1S 1C4
CANADA

Toutefois, pour accélérer le processus d'évaluation de votre demande d'admission, vous pouvez numériser vos documents et les faire parvenir par courriel au Bureau de l'admission à l'adresse admission@ustpaul.ca et, par la suite, transmettre vos documents officiels par la poste.

L'ÉVALUATION DE VOTRE DEMANDE D'ADMISSION

Dès que le Bureau de l'admission aura reçu l'ensemble des documents qui sont exigés, il procèdera à l'évaluation de votre demande d'admission et l'une des décisions suivantes vous sera envoyée à l'adresse courriel que vous nous avez fournie, ainsi qu'à votre adresse postale.

Décisions possibles

» **Admission définitive**

Le Bureau des admissions vous fait parvenir une offre définitive d'admission (sans condition à rencontrer).

» **Admission conditionnelle**
Le Bureau des admissions vous fait une offre d'admission conditionnelle, avec des conditions précises que vous devrez remplir dans les délais prescrits. Vous pourrez tout de même procéder à votre inscription (choix de cours).

» **Décision différée**
Le Bureau des admissions peut vous informer que certains renseignements sont manquants afin d'être en mesure de prendre une décision qu'à votre admissibilité. Le cas échéant, on vous informera des documents que vous devrez nous faire parvenir dans le délai prescrit.

» **Refus**
Le Bureau des admissions vous informera des raisons du refus.

ACCEPTEZ VOTRE OFFRE D'ADMISSION

Pour accepter l'offre d'admission et l'offre de bourse, le cas échéant, vous devez signer le formulaire d'acceptation qui accompagne votre offre d'admission et le faire parvenir, avant la date butoir, à l'Université Saint-Paul par courriel à l'adresse suivante admission@ustpaul.ca ou par la poste à :

Université Saint-Paul
Bureau de l'admission et des services aux étudiants
223, rue Main
Ottawa (Ontario)
K1S 1C4
CANADA

FAITES VOTRE CHOIX DE COURS

Avec votre offre d'admission, vous recevrez également tous les renseignements nécessaires pour faire votre choix de cours. Vous recevrez également les coordonnées de nos conseillères aux études que vous pourrez rencontrer, de façon individuelle ou lors de sessions d'information, pour vous conseiller et vous aider à compléter votre choix de cours.

EXIGENCES DU PROGRAMME

Formation disciplinaire

Cours obligatoires (60 crédits)

» ISC1708 Initiation aux nouveaux médias
» ISC1710 Méthodes et recherche en communication
» ISC2701 Communication et organisations
» ISC2706 Médias et éthique
» ISC2707 Introduction à la communication
» ISC2723 Presse : Principes d'écriture
» ISC2728 Plan de communication
» ISC2729 Communication interpersonnelle
» ISC2731 Conception de la société
» ISC3700 Théories de la communication médiatisée
» ISC3701 Marketing des causes sociales
» ISC3705 Psychosociologie de la communication de masse
» ISC3718 Analyse de contenu
» ISC3727 Théories des communications sociales
» ISC3731 Connaissance des médias
» ISC3739 Introduction aux relations publiques
» ISC4700 Argumentation et communication persuasive
» ISC4702 Communications sociales et médias sociaux
» ISC4704 Interactions entre médias et religions
» ISC4706 Analyse d'enjeux

COURS

HTP 1502 - APPROCHES DANS LES HUMANITÉS : INTERPRÉTATIONS DE L'EXPÉRIENCE HUMAINE

Introduction à des approches théoriques dans les sciences humaines et aux méthodes qui sont appliquées pour interpréter les expressions multiples de l'expérience humaine, en particulier celles exprimées dans d'importantes oeuvres d'art et de littérature.

HTP 1503 - PERSONNES, JUSTICE SOCIALE ET ÉCOLOGIE

Les défis sociaux et écologiques auxquels l'humanité doit faire face aujourd'hui, ainsi que les questions de justice sociale qui en découlent. Ces questions seront abordées dans une perspective de développement communautaire et d'efforts favorisant des transformations écologiques et sociales en vue d'un avenir plus prometteur.

HTP 1505 - ANALYSE CRITIQUE, LECTURE ET ÉCRITURE DE TRAVAUX UNIVERSITAIRES

Développement des habiletés à lire de façon critique et à comprendre des travaux universitaires. Mise en valeur des compétences d'écriture formelles : techniques d'expression claire et construction de textes, développement d'arguments et organisation. Ce cours comprend également une composante de laboratoire à la bibliothèque axée sur les compétences de recherche, les citations et l'intégrité scolaire.

HTP 1506 - PREMIERS PEUPLES AU CANADA

Les Premiers Peuples au Canada, la diversité culturelle, les pratiques et croyances traditionnelles, les relations avec l'environnement, l'évolution des rôles et des structures influencés par la colonisation, le tout de points de vue autochtones et non autochtones. Problèmes contemporains des Premières Nations, des Métis et des Inuit, y compris le génocide culturel et les traumatismes.

ISC 1708 - INITIATION AUX NOUVEAUX MÉDIAS

Initiation à l'étude de quelques techniques de la communication et à l'étude des médias. Introduction aux lois du langage de l'image, à la photographie, au montage audiovisuel (image et son), à l'informatique et aux nouvelles technologies de communication.

Ce cours était anciennement sous la cote ISC 2708.

ISC 1710 - MÉTHODES ET RECHERCHE EN COMMUNICATION

Bases en méthodologie de la recherche en communication. Distinguer l'argumentation des démarches empiriques. Distinguer les approches qualitatives et quantitatives. Fondements du travail qualitatif et quantitatif.

Ce cours était anciennement sous la cote ISC 2710.

ISC 2701 - COMMUNICATION ET ORGANISATIONS

Notion d'organisation. Conceptions classiques de la communication en organisation : approches fonctionnaliste, stratégique, critique, culturelle. Problème du changement. Impact des technologies.

ISC 2706 - MÉDIAS ET ÉTHIQUE

Éléments constitutifs du comportement éthique. Critères éthiques de base en communication médiatisée. Droits et libertés en situation communicationnelle. Codes de déontologie des diverses institutions. Analyse de cas rencontrés dans la pratique médiatique persuasive et imaginaire.

ISC 2707 - INTRODUCTION À LA COMMUNICATION

Initiation au langage de la communication. Introduction aux principaux concepts de la communication. Présentation des modèles utilisés en communication. Fonctions de la communication. De la communication personnelle à la communication médiatisée.

ISC 2713 - JOURNALISME ÉLECTRONIQUE

Initiation à la recherche et à la cueillette des nouvelles. Procédures de vérification. Initiation à la rédaction pour les médias électroniques. Initiation à la présentation des nouvelles. Initiation à l'entrevue radiophonique et télévisuelle.

ISC 2726 - PRESSE : PRINCIPES D'ÉCRITURE

Règles de l'écriture d'information reliant l'apprentissage de l'écriture de presse à celui de la lecture de presse, et les règles d'écriture aux théories qui les éclairent. Techniques de base touchant la cueillette, le traitement et la diffusion de l'information dans la presse écrite. Nouvelle, reportage et chronique. Exposés magistraux et ateliers pratiques.

ISC 2728 - PLAN DE COMMUNICATION

Notions de campagne, d'objectifs, de public cible, de canal, d'environnement, etc. Planification d'actions stratégiques. Élaboration du plan de communication et procédures d'évaluation. Gestion de projets.

ISC 2729 - COMMUNICATION INTERPERSONNELLE

Principales théories et techniques d'analyse des processus de communication interpersonnelle. Conditions pour une communication interpersonnelle réussie. Apprentissage expérientiel des principaux phénomènes de la communication interpersonnelle à partir de situations en milieux professionnels et dans d'autres situations sociales. Communication non verbale.

ISC 2731 - CONCEPTION DE LA SOCIÉTÉ

Grandes traditions de compréhension de la société. Notamment : la tradition fonctionnaliste (Durkheim, Malinowski); la tradition des groupes en conflit (le marxisme, le féminisme); les traditions interactionnistes; les conceptions économiques du social.

ISC 2737 - QUESTIONS SPÉCIALES EN COMMUNICATIONS SOCIALES I

Étude d'un sujet d'actualité sous un angle et un éclairage particuliers.

ISC 2742 - OUTILS DE LA COMMUNICATION STRATÉGIQUE

Initiation aux outils de base d'une communication stratégique réussie. Outils de recherche et d'analyse. Rédaction de messages et intégration à l'illustration, la photo ou la vidéo. Relations de presse et relations médias. Expositions et objets promotionnels. Utilisation des médias sociaux.

Ce cours remplace ISC 2730.

ISC 3700 - THÉORIES DE LA COMMUNICATION MÉDIATISÉE

Théories sur la nature et sur l'influence psychologique, sociale et culturelle de la communication médiatisée. Introduction à la compréhension des théories de «la balle magique», de l'influence sélective, de la différenciation sociale, de l'influence indirecte, de l'organisation sociale, de la construction sociale de la réalité, etc.

ISC 3701 - MARKETING DES CAUSES SOCIALES

Marketing général, marketing social, publicité sociale et phénomènes connexes. Concepts fondamentaux et démarche du marketing et de la publicité appliqués à la promotion des idées, des valeurs et des causes sociales: analyse du produit, analyse de la clientèle, definition des objectifs de marketing et de communication, évaluation des campagnes.

ISC 3702 - MÉDIAS ET DÉBATS DE SOCIÉTÉ

Cours sur les grands débats sociaux relatifs aux médias et aux nouveaux médias. Notamment : l'information et la sphère publique; la place des minorités; la grande culture et la culture populaire; les grandes peurs : le sexe, les rumeurs, la violence, la consommation, la mort, la religion.

ISC 3703 - DÉONTOLOGIE DE LA COMMUNICATION

Présentation des approches déontologiques touchant les différents domaines des communications sociales : journalisme d'information, relations publiques, publicité et marketing. Codes de déontologie et réglementations. Étude de cas.

ISC 3705 - PSYCHOSOCIOLOGIE DE LA COMMUNICATION DE MASSE

Principales théories et principaux concepts de la psychologie sociale nécessaires à la compréhension des phénomènes de communication, du cheminement de l'information et de ses effets. Concepts classiques : attitude, attribution, persuasion, dissonance cognitive. Concepts contemporains de la cognition sociale : biais, *heuristics*.

ISC 3709 - CONCEPTION D'ÉMISSIONS

Genres télévisuels, radiophoniques et transmédias. Étapes de la production d'émissions : projet original, conception, scénarisation, stratégie multiplateformes.

ISC 3712 - PHOTOGRAPHIE : SÉMIOLOGIE DE L'IMAGE

Introduction au langage de l'image du point de vue de la communication. Valeur expressive de l'image dans la communication. Codes culturels iconiques. Sémiologie de l'image. Image comme langage: ses rapports avec le discours, son poids symbolique en contexte médiatique.

ISC 3718 - ANALYSE DE CONTENU

Méthode de l'analyse de contenu. Étude critique du discours religieux dénommé et dénoté dans les émissions produites à la radio et à la télévision et dans la presse écrite. Traitement des sujets religieux et la couverture donnée aux événements religieux. Le «religieux» dans les autres productions.

ISC 3720 - STAGE I

Mise en pratique des connaissances acquises. Activités encadrées par un superviseur dans un milieu professionnel de communication. Rédaction d'un rapport de stage. Noté S/NS.

ISC 3727 - THÉORIES DES COMMUNICATIONS SOCIALES

Présentation approfondie d'un certain nombre de théories. Notamment : question des technologies et de leurs effets; question des réseaux et des systèmes; question de la culture et du symbolique; question des conflits et des idéologies; théories critiques; apport des neurosciences.

ISC 3731 - CONNAISSANCE DES MÉDIAS

Développement et avenir des grands médias. Logique commerciale et modèles de financement. Compréhension des enjeux des médias dans leur contexte social. Paysage médiatique national et mondialisation.

ISC 3739 - INTRODUCTION AUX RELATIONS PUBLIQUES

Historique et modèles de base. Principaux programmes, instruments, publics, milieux de travail. Management, marketing, publicité, affaires publiques. Étude de cas.

ISC 3750 - PRATIQUES CONTEMPORAINES DU JOURNALISME

Le journalisme à l'heure de l'internet. Journalisme traditionnel et nouveaux intermédiaires de l'information. Intégration de nouveaux modes de collecte, de traitement, de sélection, d'hiérarchisation et de diffusion de l'information.

Préalable : ISC 2726. Ce cours remplace ISC 3717.

ISC 4700 - ARGUMENTATION ET COMMUNICATION PERSUASIVE

Éléments de théorie d'argumentation. Notion d'argumentaire en communication. Exercices de rédaction et d'intervention publique.

ISC 4702 - COMMUNICATIONS SOCIALES ET MÉDIAS SOCIAUX

Notion de communication sociale. Évolution du Web et avènement des médias sociaux. Types de médias sociaux et principaux usages. Médias sociaux et pratiques actuelles de communication.

ISC 4704 - INTERACTIONS ENTRE MÉDIAS ET RELIGIONS

Heurts historiques entre médias et religions. Culture, religions et médias. Divergences et convergences possibles. Religions et nouvelles technologies.

Ce cours remplace le cours ISC 3704.

ISC 4705 - COMMUNICATIONS POUR DÉVELOPPEMENT DURABLE

Évolution du concept du développement durable et ses différentes définitions. Rôle et responsabilité de communications sociales dans le développement durable. Stratégies de communication pour sa mise en oeuvre.

ISC 4706 - ANALYSE D'ENJEUX

Développer des aptitudes à l'analyse de situations sociales ou de situations socio-politiques. Notions de situation, d'acteurs, de problématiques, d'enjeux, de contraintes. Repérage d'enjeux sociaux. Repérage d'enjeux de communication. Formulation d'analyse de cas.

ISC 4714 - COMMUNICATION ET ANTHROPOLOGIE

Notions de culture et de socialisation. Mythes et rituels. Imaginaire et rationalité. Construction sociale du sens. Figure de l'être humain dans la culture médiatique, figure retouchée par l'expérience moderne de la communication sociale. Communication institutionnalisée.

Ce cours était anciennement sous la cote ISC 3714.

ISC 4720 - STAGE II

Mis en pratique des connaissances acquises. Activités encadrées par un superviseur dans un milieu professionnel de communication. Rédaction d'un rapport de stage. Noté S/NS.

ISC 4730 - RECHERCHE OU TRAVAIL DIRIGÉ

Étude individuelle ou en petit groupe d'un sujet répondant aux besoins ou intérêts particuliers d'étudiants. Dossier de réalisation. Possibilité de reconnaître une activité professionnelle pertinente en milieu d'information ou de communication.

CONTACEZ-NOUS

Bureau des admissions, du registraire et des services aux étudiants
Pièce 148
Université Saint-Paul
223, rue Main
Ottawa (Ontario)
K1S 1C4
CANADA
Téléphone : 613 236-1393
Télécopieur : 613 782-3014
admission@ustpaul.ca

Heures d'ouverture du 15 août au 31 mai
Lundi au jeudi : 8 h à 17 h
Vendredi : 8 h à 12 h et 13 h à 16 h

Heures d'ouverture du 1er juin au 14 août
Lundi au vendredi : 8 h à 12 h et 13 h à 16 h