PREMIER CYCLE

COMMUNICATIONS SOCIALES (MINEURE COMPLÉMENTAIRE)

Changez la face du monde

UNIVERSITÉ SAINT·PAUL UNIVERSITY

ustpaul.ca/programmes

RENSEIGNEMENTS GÉNÉRAUX

Une mineure complémentaire s'ajoute au programme d'études principal. Il n'y a pas d'admission directe dans un programme complémentaire, c'est après l'admission et l'inscription dans un baccalauréat que se fait ce choix.

EXIGENCES DU PROGRAMME

Cours obligatoires (21 crédits)

ISC1708 Initiation aux nouveaux médias
ISC1710 Méthodes et recherche en communication
ISC2706 Médias et éthique
ISC2707 Introduction à la communication
ISC3700 Théories de la communication médiatisée
ISC3705 Psychosociologie de la communication de masse
ISC3739 Introduction aux relations publiques

Cours optionnels (9 crédits)

6 crédits parmi :
ISC2701 Communication et organisations
ISC2713 Journalisme électronique
ISC2726 Presse : principes d'écriture
ISC2728 Plan de communication
ISC2729 Communication interpersonnelle
ISC2731 Conception de la société
ISC2742 Outils de la communication stratégique

3 crédits parmi :
ISC3701 Marketing des causes sociales
ISC3702 Médias et débats de société
ISC3703 Déontologie de la communication
ISC3709 Conception d'émissions
ISC3718 Analyse de contenu
ISC3727 Théories des communications sociales
ISC3731 Connaissance des médias

Un cours suivi dans le cadre d'un baccalauréat ou d'une majeure ne peut compter comme cours optionnel dans le cadre d'une mineure.

COURS

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 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 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 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.