



**Fiche UE pour le master en Stratégie et analyse de la communication
interactive et collaborative**

Intitulé de l'UE

Dynamiques de travail dans l'organisation connectée

Professeur(s) / Responsable(s) de l'UE

Isabelle CHOQUET
isabelle.choquet@ichec.be

Jacques FOLON
jacques.folon@ichec.be

Période

Master 1 - Quadrimestre 1

Crédits

5 crédits

Volume horaire

30 heures

Prérequis/corequis

Aucun

Objectifs d'apprentissage

Compétence 1 - Gérer la présence d'une organisation sur les médias sociaux et collaboratifs

Acquis d'apprentissage :

1. Analyser de manière prospective la communication interactive et collaborative d'une organisation, son secteur d'activités et son contexte social, culturel, technologique, économique, politique et juridique.

Compétence 3 - Mobiliser la direction, le personnel et les partenaires d'une organisation autour de projets de communication interactive et collaborative

Acquis d'apprentissage :

3. Identifier, fédérer et mobiliser les compétences individuelles et collectives présentes dans une organisation en vue de mettre en œuvre des projets de communication interactive et collaborative.
4. Identifier les partenaires potentiellement pertinents pour une organisation ; amorcer et accompagner la création de partenariats, y compris en matière de recherche-action.
5. Faciliter le partage des informations, des expériences et des innovations en matière de communication interactive et collaborative ; assurer le relais de l'information issue de la veille, des audits, de la recherche et de la base opérationnelle vers les organes de décision.
6. Développer des pratiques interdisciplinaires et intégrer des logiques culturelles diverses à l'intérieur et à l'extérieur d'une organisation, y compris à un niveau international.

Compétence 4 - Mobiliser et produire des connaissances en communication interactive et collaborative de façon pertinente et méthodique, dans le cadre d'une réflexion critique ou d'un projet de recherche

Acquis d'apprentissage :

2. A partir de savoirs multidisciplinaires, développer une réflexion critique et étayée sur les enjeux humains et sociétaux des technologies numériques, y compris les questions juridiques, déontologiques et éthiques.

Contenu de l'activité/de l'UE

Le développement des réseaux sociaux numériques et des plateformes de collaboration à distance a un impact profond sur la vie et les modes de travail dans les entreprises et les organisations non marchandes. La frontière entre l'interne et l'externe est de plus en plus poreuse, le rapport au temps et à l'espace de travail devient « flexible », les structures et les pratiques de management évoluent, les relations humaines deviennent plus complexes à gérer.

L'UE a pour objectif d'analyser les évolutions des organisations et des environnements et pratiques de travail dans les organisations « connectées ». Elle privilégie une approche systémique de l'organisation et de ses réseaux/communautés. Les principales thématiques abordées sont les suivantes :

- Analyse institutionnelle des organisations marchandes et non marchandes depuis l'avènement des réseaux sociaux numériques et des plateformes collaboratives, avec une remise en perspective des tendances actuelles dans le temps long de l'évolution des modes de travail depuis le développement des réseaux informatiques.
- Les transformations de l'organisation du travail et de la gestion des ressources humaines (cf. les initiatives de type NWOW ou NFOT). Ces transformations sont à la fois sociales et managériales (cf. par exemple les équipes virtuelles), spatiotemporelles (cf. notamment le *flex desk* et les différentes formes de télétravail) et techniques (cf. par exemple les plateformes de collaboration à distance).
- Les Réseaux Sociaux d'Entreprises (RSE) et les plateformes de

collaboration à distance : typologie des outils de travail, analyse des usages et des effets sur le travail et la vie de l'organisation...

• Implications et enjeux du « *any where, any time & any device* » pour l'organisation (par exemple en termes de management interculturel, de gestion des connaissances, de réactivité par rapport aux sollicitations de l'environnement) et pour les travailleurs (par exemple en termes de contrôle vs autonomie, de bien-être au travail, d'équilibre vie privée/vie professionnelle, d'individualisation du travail).

Plus concrètement, l'UE a pour but de positionner, d'appréhender et de mettre en pratique les différents outils et nouvelles mécaniques de travail au sein des organisations (tant du secteur privé que du secteur public). Les Tic ont profondément bouleversé les dynamiques de travail et de nouvelles façons de travailler sont apparues, qui seront étudiées dans le cadre de cette UE. Les équipes travaillent en 2016 de façon fondamentalement différentes et l'UE aura pour but de faire prendre conscience des évolutions des organisations et de leurs façons de travailler.

Plan de cours

1. Présentation du monde des organisations au sein d'un monde connecté : de l'entreprise du XXème siècle à l'entreprise 2.0
2. Evolutions des notions d'autorité de pouvoir et de leadership
3. Le télétravail
4. Le NWOW
5. Le nouveau rôle des RH (employer branding, intelligence collective, passage du contrôle à la confiance)
6. Entreprise connectée et sécurité de l'information
7. La gestion des accès à l'information et le BYOD
8. Importance de la formation aux nouveaux outils
9. Les réseaux sociaux internes comme outil de changement interne
10. Codes de conduite et contrôle des communications électroniques

Activités d'apprentissage et méthodes d'enseignement

En dehors de ce qui est déjà prévu dans le cahier de charges de l'UE :

- Analyse de cas issus de la vie réelle et apportés par les professeurs
- Classes inversées
- Travail de groupe

Supports spécifiques à l'UE

- Slides et notes sur la plateforme
- Sources externes

- Synthèses d'articles

Méthodes d'évaluation/modes d'évaluation

1. Travail de groupe de réalisation d'un plan d'implémentation de NWOW (50%)
2. Examen écrit de fin de cours sur la base d'un cas à résoudre individuellement avec livre ouvert et accès internet ouvert (50%)

Les deux critères principaux pour la réussite sont la capacité à intégrer et mettre en pratique les différents concepts vus lors des cours ainsi que la capacité à analyser une situation afin de mettre en place un plan d'actions cohérentes et mesurables. Tant le travail de groupe que l'examen auront pour but de vérifier l'atteinte de ces critères.

Critères de réussite

L'UE vaut 5 crédits. La réussite est à 10/20 pour chacune des deux épreuves d'évaluation (travail de groupe / examen écrit).

Une présence active à au moins 80 % des heures est requise, faute de quoi l'étudiant pourra être mis en échec pour l'activité concernée (Art. 18 du Règlement des études ICHEC-ISFSC). Les absences justifiées (certificat) n'entrent pas dans ce calcul.

Bibliographie

- Choquet, I. & Folon, J. *Management et ressources humaines 2.0*, ed. Corporate, 2015.
- Folon, J., *Le printemps numérique*, Ed. Corporate, 2014.



**Fiche UE pour le master en Stratégie et analyse de la communication
interactive et collaborative**

Intitulé de l'UE

Gestion de projets participatifs et collaboratifs

Professeur(s) / Responsable(s) de l'UE

Sébastien NAHON
nahonsebastien@icloud.com

Période

Master 1 - Quadrimestre 2

Crédits

5 crédits

Volume horaire

30 heures

Prérequis/corequis

Aucun

Objectifs d'apprentissage

Compétence 1 – Gérer la présence d'une organisation sur les médias sociaux et collaboratifs

Acquis d'apprentissage

3. Concevoir et mettre en œuvre des dispositifs et des actions de communication interactive et collaborative intégrant les ressources et les contraintes humaines, financières, matérielles et juridiques d'une organisation.

Compétence 3 - Mobiliser la direction, le personnel et les partenaires d'une organisation autour de projets de communication interactive et collaborative

Acquis d'apprentissage

1. Conseiller les organes de décision d'une organisation sur les matières qui touchent à la communication interactive et collaborative (les objectifs et stratégies de communication, les situations de résolution de crise, les transformations socionumériques de l'organisation...).
2. Communiquer, justifier et défendre un projet de communication interactive et collaborative (notamment auprès des organes de décision) depuis sa création jusqu'au reporting final, de façon claire, cohérente et structurée, par voie écrite et orale, et en respectant les exigences de la communication dans l'organisation.
3. Identifier, fédérer et mobiliser les compétences individuelles et collectives présentes dans une organisation en vue de mettre en œuvre des projets de communication interactive et collaborative.
4. Identifier les partenaires potentiellement pertinents pour une organisation ; amorcer et accompagner la création de partenariats, y compris en matière de recherche-action.
5. Faciliter le partage des informations, des expériences et des innovations en matière de communication interactive et collaborative ; assurer le relais de l'information issue de la veille, des audits, de la recherche et de la base opérationnelle vers les organes de décision.
6. Développer des pratiques interdisciplinaires et intégrer des logiques culturelles diverses à l'intérieur et à l'extérieur d'une organisation, y compris à un niveau international.

Le cours vise plus particulièrement à faire acquérir aux étudiants les 3 compétences fondamentales de la gestion de projets :

1. Les compétences techniques : Structurer le travail, acquérir une grammaire commune, respecter des conventions et des normes.
 1. Utilisation du vocabulaire approprié
 2. Planification et respect des deadlines
 3. Maîtrise des risques
 4. Qualité des livrables
 5. Gestion budgétaire
 6. Structuration
 7. Qualité de documentation
2. Les compétences relationnelles : Collaborer, se positionner et s'intégrer au sein d'une équipe, maintenir et entretenir la dynamique de groupe, favoriser l'intelligence collective
 1. Travail en équipe
 2. Implication et Motivation
 3. Affirmation de soi
 4. Gestion du stress
 5. Ouverture d'esprit
 6. Créativité
 7. Négociation et gestion de conflits & crises
 8. Fiabilité

3. Les compétences système organisationnel : S'inscrire dans un contexte socio-organisationnel, être orienté clients internes et externes, se « vendre » en interne
 1. Cartographie des parties prenantes et réponses appropriées à leurs besoins et attentes
 2. Gestion des budgets
 3. Respect des lignes stratégiques
 4. Respect des aspects légaux
 5. Promotion du projet
 6. Méthode adaptée à la culture et à l'organigramme de l'organisation

Contenu de l'activité/de l'UE

La mobilisation et la coordination de ressources humaines (professionnelles et bénévoles) participant aux projets de communication interactive et collaborative sont devenues complexes par la diversité des compétences et des partenaires à impliquer et par la rapidité avec laquelle se succèdent les innovations dans le domaine des réseaux socionumériques.

Les diplômés sont amenés à devenir **responsables de projets** de communication interactive et collaborative. A ce titre, l'UE veillera à couvrir les aspects suivants :

- Principes de base de la Gestion de Projet (GP) : définition des besoins, création du cahier des charges, création du processus, points critiques, livrables, étapes de validation, définition des ressources et planning.
- Rôle du chef de projet et du comité de pilotage, du maître d'œuvre, des prestataires, parmi les usagers destinataires celui des « utilisateurs », des testeurs...
- Gestion des ressources humaines : analyse des compétences requises pour un projet de communication numérique, composition des équipes et typologie des contrats, leviers de motivation, gestion des risques liés aux individus, procédures de validation des livrables, ERP, plateformes collaboratives.
- Méthodologies de GP : méthodologies de développement en cascade, modèle en V, modèle itératif, méthodologies agiles, tableaux de bord.
- Forces et limites des principales clauses contractuelles et juridiques : propriétés, responsabilité, réversibilité...
- Gestion du temps : répartition de la charge, méthode PERT, diagrammes de Gantt, modes de réorganisation d'un planning.
- Gestion des coûts : conception du budget, planification de la gestion de la trésorerie, contrôle des dépenses, calcul de la profitabilité.

L'UE alterne des séances de cours *ex cathedra* et des séances de réflexion ou d'analyse collective sur des cas concrets (amenés par l'enseignant et/ou les étudiants). Des pédagogies de type classes inversées et travaux de groupe pourraient être mises en place.

Plan de cours

1. L'organisation et le projet

1. Ère communication/marketing & ère client partenaire
2. Environnement stable & instable
3. Flexibilité, pyramide inversée & pyramide classique
4. Gestion de projets : quoi, pourquoi
5. Gestion de projets et projets agiles
6. Gestion de projets & gestion par projets
7. Management des parties prenantes du projet
8. Gestion du changement

2. La gestion de projets

1. PDCA
2. Besoins et attentes clients : BtoC, BtoE, BtoB
3. Le processus du projet : élaborer; diriger, initialiser, contrôler, gérer, livrer; clore
4. Les niveaux de décisions : Le project board (comité de pilotage), le chef de projet, le chef d'équipe
5. Les éléments clés : Le business case, le sponsor, les livrables, les jalons, l'évaluation, la maîtrise des risques
6. La planification et gestion du temps (Gantt, Pert, Kanban, plan d'action et PV de réunions)
7. Management des coûts (RH et matériel) et recettes
8. Le contrôle : KPI et tableaux de bord

3. Les méthodes Agile

1. Les 4 valeurs : l'équipe, le pragmatisme, la collaboration, l'adaptation au changement
2. Scrum : Rôles, Événements, Atéfacts
3. Human-Centred : Observation, Créativité, Prototypage, Lancement
4. Les méthodes hybrides : Prince2 Agile

4. Définir et présenter un projet

1. Charte/Business case
2. Vision
3. Objectifs
4. Techniques de communication
5. Présenter l'état d'avancement d'un projet
6. Accueillir les feed-backs du copil
7. Technique d'influence sans manipulation & sans contrainte

5. Le travail d'équipe

1. RH et people management
2. Culture d'entreprise collaborative, mercenaire
3. Le rôle du chef de projet, du coordinateur, du facilitateur
4. Les rôles fonctionnels et opérationnels dans l'équipe
5. La motivation, l'implication et la collaboration
6. La gestion de conflits et la négociation

Activités d'apprentissage et méthodes d'enseignement

Les étudiants mènent en sous-groupes de 4-5 un projet pour le compte d'un client réel. Ce projet est conduit en travaillant en équipe et en respectant les outils et méthodes de gestion de projets collaboratifs vus au cours.

L'enseignant joue le rôle de facilitateur, de référent, de coordinateur de projet et de membre d'une équipe projet lors des séances hebdomadaires.

Supports spécifiques à l'UE

Slides et outils (Slack, Trello, Jira, Tuzzit, etc.)
Les *slides* et les outils se retrouvent sur Claroline

Méthodes d'évaluation/modes d'évaluation

L'examen final est oral, il s'agit d'un **entretien individuel de fonctionnement** où l'étudiant prend une position méta par rapport à son investissement et la réalisation du projet. L'étudiant témoigne d' l'utilisation du jargon propre à la gestion de projets et d'une prise de recul critique par rapport aux méthodes de gestion de projets.

L'enseignant y donne un feed-back sur les compétences acquises et les compétences à développer en partant d'échelles de compétences de gestionnaire et de membre d'une équipe projet. L'enseignant y donne également un feed-back sur le rôle joué par l'étudiant au sein de son équipe projet.

En outre, une **évaluation continuée** porte sur la qualité de la collaboration avec les autres membres de l'équipe projets et l'investissement global.

Critères de réussite

L'UE vaut 5 crédits. La réussite est à 10/20.

Une présence active à au moins 80 % des heures est requise, faute de quoi l'étudiant pourra être mis en échec pour l'activité concernée (Art. 18 du Règlement des études ICHEC-ISFSC).

La note finale correspond à 70 % d'évaluation continuée et 30% d'évaluation finale.

Bibliographie

Robert Buttrick, 2015. *Gestion de projets - Le guide exhaustif du management de projets*, Paris, Pearson

Etienne Clet, Jérôme Leblanc, Henri-Pierre Maders, 2016. *Les fiches outils du chef de projet*, Paris, Eyrolles

Antoine Contal, Marie-Pia Ignace, Christian Ignace, Régis Medina, 2012. *La pratique du lean management dans l'IT - Agilité et amélioration continue*, Paris, Pearson

Bertrand Déroulède, Jean-Pierre Testa, 2016. *La boîte à outils du Management transversal*, Paris, Dunod

François Debois, Jérôme Maes, 2013. *La boîte à outils du chef de projet*, Paris, Dunod

Rémi Juet, 2014. *La boîte à outils du manager - 60 fiches pratiques pour piloter son équipe*, Paris, Dunod

Martin Lauquin, Nicolas Minvielle, 2015. *Are You Design ? Du design thinking au design doing*, Paris, Pearson

Véronique Messenger, 2012. *Coacher une équipe agile. Guide pour les ScrumMasters, les chefs de projets, les managers... et leurs équipes !* Paris, Eyrolles

Eelco Rustenburg, Rini Van Solingen, 2016. *Scrum en action*, Paris, Pearson



**Fiche UE pour le master en Stratégie et analyse de la communication
interactive et collaborative**

Intitulé de l'UE

Identité et liens sociaux dans les environnements socio-numériques

Professeur(s) / Responsable(s) de l'UE

Emmanuel MURHULA A. NASHI
e.murhula@isfsc.be

Renaud MAES
rmaes@ulb.ac.be

Période

Master 1 - Quadrimestre 1

Crédits

5 crédits

Volume horaire

45 heures

Prérequis/corequis

Aucun

Objectifs d'apprentissage

Compétence 1 - Gérer la présence d'une organisation sur les médias sociaux et collaboratifs

Acquis d'apprentissage

1. Analyser de manière prospective la communication interactive et collaborative d'une organisation, son secteur d'activités et son contexte social, culturel, technologique, économique, politique et juridique.

Compétence 4 - Mobiliser et produire des connaissances en communication interactive et collaborative de façon pertinente et méthodique, dans le cadre d'une réflexion critique ou d'un projet de recherche

Acquis d'apprentissage

1. Posséder une connaissance approfondie des principales approches théoriques et méthodologiques de la recherche sur les médias sociaux et la communication interactive et collaborative.
2. A partir de savoirs multidisciplinaires, développer une réflexion critique et étayée sur les enjeux humains et sociétaux des technologies numériques, y compris les questions juridiques, déontologiques et éthiques.

Contenu de l'activité/de l'UE

Cette UE aborde la question des transformations des identités et des liens sociaux en situant celles-ci à la croisée des évolutions sociétales et des évolutions technologiques en matière de communication. Au travers d'auteurs, de concepts et d'approches en sociologie et en sciences de la communication, elle met en exergue des opportunités et des risques d'internet pour le « vivre ensemble » et l'engagement dans la sphère publique. Les thématiques et les enjeux principalement travaillés dans le cadre de cette UE sont :

- Le rapport entre communication, technique et société (déterminisme technique, critique d'internet, déterminisme social, co-construction du social et de la technique...)
- Les études d'usage (y compris certains apports des science and technology studies).
- L'inclusion numérique, la fracture numérique (*digital divide*), les littératies numériques.
- La production/présentation/exposition de soi et le récit de soi en ligne (y compris les usages sociaux des métriques de soi), l'intimité sur le web, les implications pour l'engagement.
- Les sociabilités numériques (réseaux sociaux en ligne, communautés en ligne, communautés virtuelles, networked publics, etc.), les usages relationnels des technologies de communication numérique, l'influence d'internet sur le lien social et le capital social, les enjeux pour l'engagement...
- Les enjeux spatio-temporels des technologies de communication : la densification et le dédoublement du temps, la connexion/déconnexion, les pratiques de « déspatialisation » et de "respatialisation », la privatisation des espaces publics et la publicisation des espaces privés (dont la question des civilités)...
- Le pouvoir et les réseaux socionumériques : les relations d'influence, la transformation du contrôle et le pouvoir « en réseau » (cf. la gouvernementalité...), les aspects sociopolitiques des métriques du web et du big data (cf. la dataveillance, la sousveillance, l'interveillance...).

Plan de cours

Partie 1 : Technologies, usages et identité virtuelle

1. Développement technologique et innovation
2. Usages sociaux des technologies
3. Construction de l'identité virtuelle, communautés et individus connectés

4. Évolutions sociétales : individualisation et accélération, mobilité et contrôle

Partie 2 : Identité et culture numérique

1. Identité numérique et société complexe
2. Le processus de construction identitaire
3. Des identités narratives numériques
4. Ruptures et inflexions de la culture numérique
5. Egalitarisme et inégalités numériques
6. Identités et désidentification

Activités d'apprentissage et méthodes d'enseignement

L'UE alterne des séances de cours ex cathedra, des séances de discussion collective sur des textes lus par les étudiants et approfondissant certains aspects de la matière, et des séances de réflexion ou d'analyse collective sur des sujets d'actualité ou des cas concrets (amenés par l'enseignant et/ou les étudiants, ainsi que des experts invités).

Supports spécifiques à l'UE

- Slides disponibles en ligne sur le blog du cours ou sur Claroline
- Partie 1 : abstract et bibliographie des cours disponibles sur le blog ou sur Claroline
- Partie 2 : portefeuille de lectures

Méthodes d'évaluation/modes d'évaluation

Chaque étudiant-e doit remettre un travail individuel de 10 à 15 pages (table des matières et bibliographie comprise), consistant

- Soit en une étude de cas, incluant une mise en perspective puisant dans les enseignements des deux parties (notamment les différentes approches théoriques) ;
- Soit en une synthèse critique de l'ensemble du cours (des deux parties) ;
- Soit dans la discussion approfondie d'un chapitre/d'un contenu spécifique du cours, choisi parmi les deux parties, mais dont la discussion intègre forcément des apports de l'autre partie.

Chaque travail est remis par l'étudiant-e aux deux enseignants, en format électronique (pdf ou word), à leur adresse e-mail, aux dates (de première et seconde session) convenues lors du premier cours.

Chaque travail est évalué séparément par les deux enseignants, qui mettent ensuite leur cote en commun.

Critères de réussite

L'UE vaut 5 crédits. La réussite est à 10/20.

Une présence active à au moins 80 % des heures est requise, faute de quoi l'étudiant pourra être mis en échec pour l'activité concernée (Art. 18 du Règlement des études ICHEC-ISFSC). Les absences justifiées (certificat) n'entrent pas dans ce calcul.

Bibliographie

Granjon, F. (2012), *Reconnaissance et usages d'Internet : Une sociologie critique des pratiques de l'informatique connectée*, Paris : Presses de l'école des Mines.

Cardon, D. (2010), *La démocratie Internet*, Paris : Le Seuil.

Rosanvallon, P. (2008), *La Contre-démocratie. La politique à l'âge de la défiance*, Paris : Le Seuil.

Fourmentraux, J.-P. (dir.) (2015), *Identités numériques. Expression et traçabilité*, Paris : CNRS.



Fiche UE pour le master en Stratégie et analyse de la communication interactive et collaborative

Intitulé de l'UE

Mémoire et séminaire d'accompagnement du mémoire 1

Professeur(s) / Responsable(s) de l'UE

Laurence MUNDSCHAU

l.mundschau@isfsc.be

Geoffroy PATRIARCHE

geoffroy.patriarche@usaintlouis.be

Période

Master 1 - Quadrimestre 1 et 2

Crédits

7 crédits

Volume horaire

18 heures

Prérequis/corequis

- Corequis : Méthodes de recherche en communication interactive et collaborative
- Prérequis : Mémoire et séminaire d'accompagnement du mémoire 1 est un prérequis du cours de master 2 intitulé "Mémoire et séminaire d'accompagnement au mémoire 2"

Objectifs d'apprentissage

Compétences visées par l'UE

Compétence 4 – Mobiliser et produire des connaissances en communication interactive et collaborative de façon pertinente et méthodique, dans le cadre d'une réflexion critique ou d'un projet de recherche

Acquis d'apprentissage

1. Posséder une connaissance approfondie des principales approches théoriques et méthodologiques de la recherche sur les médias sociaux et la communication interactive et collaborative.
2. A partir de savoirs multidisciplinaires, développer une réflexion critique et étayée sur les enjeux humains et sociétaux des technologies numériques, y compris les questions juridiques, déontologiques et éthiques.
3. Mener un projet de recherche(-action) original, en mobilisant des ressources théoriques et méthodologiques avec discernement.
4. Rendre compte d'une recherche et de ses résultats de façon claire, cohérente et structurée, par voie écrite et orale, et en respectant les exigences de la communication scientifique.
5. Actualiser ses savoirs et ses pratiques en mettant en oeuvre des techniques de veille sur le numérique, les médias sociaux et la communication interactive et collaborative.

Contenu de l'activité/de l'UE

Le mémoire constitue, avec le stage, un aboutissement de la formation de deuxième cycle. Au travers de son mémoire, l'étudiant démontre son aptitude à produire des connaissances originales au travers d'un travail de recherche personnel qui prend appui sur les éléments théoriques, méthodologiques et critiques de la discipline. Le mémoire témoigne de la capacité de l'étudiant à formaliser une question de recherche, à construire un raisonnement, à synthétiser une matière complexe, à analyser un ensemble de données et à rendre compte de son travail selon les exigences formelles d'écriture et de présentation académiques.

Le séminaire d'accompagnement au mémoire vise à soutenir les démarches menées par les étudiants dans le cadre de la réalisation de leur mémoire de master. En aucun cas il ne se substitue au suivi du travail de l'étudiant(e) par le promoteur ou la promotrice. Il se conçoit comme un espace où peuvent se collectiviser les questions liées aux exigences intellectuelles et formelles du mémoire, à l'élaboration d'un projet de mémoire et à l'organisation pratique des différentes étapes qui jalonnent le parcours du mémorant.

Plan de cours

Q1 - Séance 1 – Introduction et Présentation du cahier de charge du mémoire

- Présentation des enseignants
- Présentation du séminaire :
- Présentation du cahier de charge du mémoire :
 - Qu'est-ce qu'un mémoire ?
 - o Une démarche intellectuelle (cf. séance 2)
 - o Une démarche formelle (cf. séance 3)
 - Formulation du sujet

Le promoteur
Critères d'évaluation du mémoire

Q1 - Séance 2 – Démarches de recherche et choix du sujet du mémoire

- Le mémoire, démarche de recherche sur une problématique personnelle et originale
- Bref rappel de méthodologie générale – Eventail des possibles
- Consignes relatives à la formulation du sujet et au choix du promoteur

Q1 - Séance 3 – Le « formulaire mémoire » et les exigences formelles et éthiques du mémoire

- Le mémoire : exigences formelles
- Le mémoire : exigences éthiques (Cf. plagiat et code de déontologie)
- Travail en séance : discussion et échange de fiches entre étudiants

Q2 - Séance 4 - Le rapport de recherche, premières balises avant le master II

Le rapport de recherche fait état de la question de recherche, de la problématique, des orientations méthodologiques envisagées et de la bibliographie de base.

Ce rapport s'inspire de formulaires d'appel à projets existants afin de familiariser les étudiants aux méthodes d'évaluation des principaux bailleurs de fonds.

Q2 - Séance 5 - Présentation en sous-groupes

- Présentation par les étudiants d'une première rédaction du rapport de recherche
- *Peer reviewing* en sous-groupes thématiques

Q2 - Séance 6 - Présentation en sous-groupes

- Présentation par les étudiants d'une première rédaction du rapport de recherche
- *Peer reviewing* en sous-groupes thématiques

Activités d'apprentissage et méthodes d'enseignement

- Séances ex cathedra
- Discussions en séance sur base des productions personnelles des étudiants
- Lecture d'un ouvrage de référence comme support de cours obligatoire

Quid des étudiants qui sont dans l'impossibilité de suivre une partie de l'UE en présentiel ?

- Lecture de l'ouvrage de référence, ainsi que des ressources et consignes mises en ligne
- Remises des travaux aux dates prévues et selon les consignes
- Présence vivement conseillée aux séances d'échange entre étudiants (Sc. 3, 5 et 6)

Supports spécifiques à l'UE

- SEURRAT, Aude (dir.), *Écrire un mémoire en sciences de l'information et de la communication. Récits de cas, démarches et méthodes*, Paris, PSN, 2014.
- Ressources documentaires (bibliographie et webographie) et ressources additionnelles fournies par les enseignants sur Claroline
- Notes personnelles de cours prises par l'étudiant

Méthodes d'évaluation/modes d'évaluation et échéancier

Formulation du sujet via le séminaire durant le premier quadrimestre (échéancier en annexe)

Confirmation du choix du sujet avec le promoteur

- Choix du sujet : dépôt du formulaire mémoire au plus tôt le mercredi suivant la rentrée du 2^e quadrimestre (février) – ce formulaire doit être signé par le promoteur qui marque son accord motivé
- Validation officielle du sujet : lors du Conseil du master de mars

Rapport de recherche :

- Dépôt du rapport de recherche : au plus tôt le 3^e mercredi de mai – le rapport de recherche ne peut pas être déposé si le promoteur et le conseil n'ont pas validé le sujet via le formulaire mémoire.
- L'évaluation de l'UE Mémoire et séminaire d'accompagnement au mémoire 1 est effectuée par le promoteur du mémoire sur base du rapport de recherche.

Pour la 2^e session

- Choix du sujet : dépôt du formulaire mémoire au plus tôt le 3^e mercredi de mai – ce formulaire doit être signé par le promoteur qui marque son accord motivé
- Validation du sujet : lors du Conseil du master de mai
- Dépôt du rapport de recherche : au plus tôt le mercredi suivant le début de

la deuxième session (août) - le rapport de recherche ne peut pas être déposé si le promoteur et le conseil n'ont pas validé le sujet via le formulaire mémoire.

- L'évaluation de l'UE Mémoire et séminaire d'accompagnement au mémoire 1 est effectuée par le promoteur du mémoire sur base du rapport de recherche.

Critères de réussite

L'UE vaut 7 crédits, soit plus de 10% de l'évaluation annuelle (60 crédits).

Une présence active à au moins 80 % des heures est requise, faute de quoi l'étudiant pourra être mis en échec pour l'activité concernée (Art. 18 du Règlement des études ICHEC-ISFSC). Les absences justifiées (certificat) n'entrent pas dans ce calcul.

Bibliographie

BEAUD Michel, L'art de la thèse, éd. rev. et augm., Paris, La Découverte, 2006.

CISLARU Georgeta, CLAUDEL Chantal, VLAD Monica, L'écrit universitaire en pratique, 2ème édition, Bruxelles, De Boeck, 2011.

LAWRENCE, Olivier, BEDARD, Guy, FERRON, Julien, L'élaboration d'une problématique de recherche : Source, outils et méthode, Paris, L'Harmattan, 2005.

MANGALAZA Eugène Régis, Concevoir et réaliser son mémoire de master I et master II en sciences humaines et sociales, Paris, L'Harmattan, 2010.

QUIVY, Raymond, VAN CAMPENHOUDT, Luc, Manuel de recherches en sciences sociales, 4ème éd., Paris, Dunod, 2011.

SEURRAT, Aude (dir.), Écrire un mémoire en sciences de l'information et de la communication. Récits de cas, démarches et méthodes, Paris, PSN, 2014.

MICHEL Jean-Luc, Le mémoire en recherche en information-communication, 2^{ème} édition, Paris, Ellipses, 2006.

KLEIN Olivier, Quelques conseils et quelques astuces pour réussir sa défense de mémoire, site de la faculté de psychologie de l'ULB, www.ulb.ac.be/psycho/psysoc/docs/tipsmemo.doc, (non daté).

<http://www.infosphere.uqam.ca/rediger-un-travail/eviter-plagiat>



**Fiche UE pour le master en Stratégie et analyse de la communication
interactive et collaborative**

Intitulé de l'UE

Méthodologie de la communication transmédia et crossmédia

Professeur(s) / Responsable(s) de l'UE

Ariane VAN DER VEEN
avaveen@gmail.com

Période

Master 1 - Quadrimestre 2

Crédits

8 crédits

Volume horaire

45 heures

Prérequis/corequis

Corequis : Stratégies de la communication interactive et collaborative

Objectifs d'apprentissage

Compétence 1 – Gérer la présence d'une organisation sur les médias sociaux et collaboratifs

Acquis d'apprentissage

3. Concevoir et mettre en œuvre des dispositifs et des actions de communication interactive et collaborative intégrant les ressources et les contraintes humaines, financières, matérielles et juridiques d'une organisation.
4. Concevoir et mettre en œuvre les procédés d'évaluation de ces dispositifs et actions de communication, savoir interpréter avec discernement les données de l'évaluation et prendre les mesures correctrices appropriées.
6. Veiller au caractère légal, déontologique et éthique des pratiques de communication interactive et collaborative de l'organisation.

Compétence 2 - Maîtriser les méthodes, les outils et les canaux de

communication interactive et collaborative

Acquis d'apprentissage

1. Maîtriser les grands principes d'architecture, de fonctionnement et de sécurisation des réseaux informatiques et socionumériques d'une organisation.
2. Maîtriser les langages et les techniques des différents vecteurs de la communication (l'oral, l'écrit, la photo, la vidéo, le son, le graphisme, le multimédia).
3. Maîtriser les méthodes et les techniques de conception, de rédaction, d'édition, de référencement et de partage de contenus sur les médias sociaux et les plateformes collaboratives.
4. Maîtriser les principales méthodes et techniques de collecte, de traitement et de visualisation des données issues du web.
5. Constituer, entretenir et mobiliser des réseaux de communication, tant en interne qu'en externe.
6. Optimiser l'animation et la modération de communautés en ligne.

Contenu de l'activité/de l'UE

Cette UE forme l'étudiant aux différentes étapes d'un travail qui va lui permettre de concevoir et d'intégrer au mieux les outils de communication interactive et collaborative au sein d'une organisation. Elle commence là où s'arrête l'UE de Stratégie de la communication interactive et collaborative : lorsqu'il s'agit de mettre en œuvre un plan de communication.

L'UE de Méthodologie de la communication transmédia et crossmédia est l'espace pédagogique où se commande, s'organise, se supervise et s'évalue le projet d'année de master 1.

Pour ce projet, il sera d'abord demandé à l'étudiant de choisir dans quel secteur et/ou circuit il souhaite davantage se spécialiser. Ce choix peut s'opérer autour de deux axes croisés: communication interne/externe (publicité, organisation d'événements, relation avec les médias, mécénat/sponsoring) d'une part ; secteur marchand/non marchand (culture, santé, éducation, communication publique ou politique, mobilisation sociale et actions citoyennes) d'autre part. Les étudiants formeront des sous-groupes en fonction de leur choix.

Dans le cadre de cette UE, les étudiants

- approcheront de manière approfondie l'ergonomie des interfaces (textuelles, visuelles, sonores et tactiles) et travailleront différents formats textuels, vidéo et sonores sur plusieurs plateformes, y compris mobiles, en tenant compte des différents types d'interface et en adaptant l'écriture aux usages des dites plateformes ;
- se familiariseront avec les techniques de *storytelling* et réaliseront différentes formes d'écriture multimédia et transmédia, y compris pour des jeux sérieux (*serious games*), en concordance avec les potentialités des médias sociaux et les attentes des usagers visés ;
- mettront en œuvre différentes actions de communication interactive et collaborative (la création de trafic, la modération, la curation...) en lien avec différents types de campagnes ou d'événements en ligne.

L'UE s'inscrit dans l'esprit de la pédagogie du projet : écoute, conception, implémentation et évaluation. Elle met les étudiants en situation d'expérimentation et les prépare au projet de master 2 en lien avec le stage et/ou le mémoire.

Pour ce premier projet en master 1, les commandes sont cadrées de façon à ce que tous les étudiants fassent systématiquement l'expérience du *storytelling*, de l'écriture tant textuelle qu'audiovisuelle et transmédia propre aux formats et usages des principales plateformes, et de différentes actions de communication interactive et collaborative comme la création de trafic, la modération et la curation.

Plan de cours

1. Introduction / briefing et présentation des participants au cours

- Présentation/tour de table du groupe, aspirations et motivations et choix de secteurs de prédilection pour la réalisation des exercices pratiques. Différenciation entre transmédia et crossmédia, narratif ou marketing.

2. Stratégie de contenu : éléments pratiques

- Benchmark de contenu, SWOT, Persona's et Content Strategy Canvas.

3. Positionnement du contenu numérique

- Outils de positionnement éditorial en fonction de l'ADN de l'organisation, moodboard et guidelines, processus de production et responsabilités.

4. Contenus numériques : aspect techniques et structurels

- HTML/CSS, CMS, support/Contexte, contenu statique, structure et règles rédactionnelles, Content Mix, SEO, mots-clés.

5. Contenus numériques visuels et narratifs

- Images, illustrations, infographies, conception de contenu animé.

6. Contenu numériques animés / Content Marketing

- Spécificités et recommandations pratiques pour les tournages, outils et banques d'images, conditions d'utilisation. Content marketing. Outil pour créer une animation.

7. Storytelling : la narration au service de de l'organisation

- Identification, inspirations et objectifs du Storytelling. Ancrage publicitaire ou éditorial. Astuces pour la narration et application transmédia.

8. Nouveaux formats numériques et utilisation pour la communication

- E-learning, webinaires, Crowdfunding, quiz, sondages, webséries, webfictions, Gamification, Serious Games, réalité augmentée et virtuelle.

9. Réseaux sociaux

- Spécificités, objectifs spécifiques, sélection des canaux, animation, modération, outils de veilles et de publication, utilité et risques pour

l'organisation.

10. Gestion et publication du contenu

- Content Management, outils de publication, outils et techniques pour la création collaborative et production de contenu, calendrier de contenu, processus de validation.

11. Analyse des résultats et repositionnement

- Appréciation de la réussite de la mise en œuvre du contenu, outils d'analyse quantitatifs, qualitatifs et comportementalistes, repositionnement, A/B testing.

12. Briefing agence/présentation client et valorisation des prestations

« Dos and dongs » en vue du développement du projet et de sa défense auprès du client. Devis: évaluation des prestations.

13. Atelier pratique et préparation à l'examen

Activités d'apprentissage et méthodes d'enseignement

En dehors de ce qui est déjà prévu dans le cahier des charges de l'UE pour ce cours de méthodologie, l'ensemble des points évoqués ci-dessus seront approchés de manière pratique et appliquée à chacun des projets du cours.

Les 3 heures effectives de cours se répartissent comme suit : 2 heures d'apprentissage avec une approche théorique/retour d'expérience des différents thèmes abordés au cours. 1 heure de mise en pratique (projection et simulation) appliquée aux projets fictifs choisis par les étudiants (groupes de deux à quatre).

Supports spécifiques à l'UE

- Slides sur Claroline
- Invitation d'un ou plusieurs expert-s
- Supports multimédias

Méthodes d'évaluation/modes d'évaluation

- Première session : Examen écrit
 - QCM pour vérifier la bonne connaissance des différents termes professionnels et de leur bonne compréhension pour un total de 25% de la note
 - 3 questions ouvertes (chacune comptant pour 25% soit un total de 75% de la note)
- Seconde session : examen oral

Critères de réussite

L'UE vaut 8 crédits. La réussite est à 10/20.

Une présence active à au moins 80 % des heures est requise, faute de quoi l'étudiant pourra être mis en échec pour l'activité concernée (Art. 18 du Règlement des études ICHEC-ISFSC).

Bibliographie

Erin Kissane. 2012. *Stratégie de contenu web. A Book Apart*. Groupes Eyrolles



**Fiche UE pour le master en Stratégie et analyse de la communication
interactive et collaborative**

Intitulé de l'UE

Méthodes de recherche en communication interactive et collaborative

Professeur(s) / Responsable(s) de l'UE

Renaud MAES
rmaes@ulb.ac.be

Période

Master 1 - Quadrimestre 2

Crédits

5 crédits

Volume horaire

30 heures

Prérequis/corequis

Corequis : Mémoire et séminaire d'accompagnement du mémoire 1

Objectifs d'apprentissage

Compétence 4 – Mobiliser et produire des connaissances en communication interactive et collaborative de façon pertinente et méthodique, dans le cadre d'une réflexion critique ou d'un projet de recherche

Acquis d'apprentissage

1. Posséder une connaissance approfondie des principales approches théoriques et méthodologiques de la recherche sur les médias sociaux et la communication interactive et collaborative.
2. A partir de savoirs multidisciplinaires, développer une réflexion critique et étayée sur les enjeux humains et sociétaux des technologies numériques, y compris les questions juridiques, déontologiques et éthiques.
3. Mener un projet de recherche(-action) original, en mobilisant des ressources théoriques et méthodologiques avec discernement.
4. Rendre compte d'une recherche et de ses résultats de façon claire, cohérente et structurée, par voie écrite et orale, et en respectant les exigences

de la communication scientifique.

5. Actualiser ses savoirs et ses pratiques en mettant en œuvre des techniques de veille sur le numérique, les médias sociaux et la communication interactive et collaborative.

Contenu de l'UE

L'UE introduit les étudiants au champ méthodologique de la recherche communicationnelle sur les technologies numériques et les médias sociaux et collaboratifs. Les étudiants se pencheront sur des enjeux, des postures, des méthodes et des techniques d'étude scientifique de la communication interactive et collaborative des organisations. Le séminaire s'intéresse également aux enjeux épistémologiques et éthiques de la production des connaissances sur (et par) les technologies numériques et les médias sociaux.

Le séminaire veillera en particulier à couvrir les aspects suivants :

- 1) Un rappel méthodologique général sur ce qu'il faut entendre par méthodologie de recherche en sciences de la communication : qu'est-ce qu'une démarche de recherche en sciences sociales, qu'est-ce qu'une posture ou une approche communicationnelle ?
- 2) Un aperçu de la variété des méthodes de recherche en communication numérique : l'enquête, l'entretien, l'ethnographie (notamment l'ethnographie en ligne), l'expérimentation, l'analyse des réseaux sociaux en ligne, la mesure du trafic, les analyses de contenu, les analyses de discours, les méthodes créatives, les méthodes participatives, etc.
- 3) La conception et la mise en œuvre (à petite échelle) d'un dispositif méthodologique en lien avec une question et une problématique de recherche. Celles-ci pourront être puisées dans les UE théoriques du master ou ailleurs parmi les grandes thématiques de la recherche SIC.
- 4) L'approfondissent d'une réflexion sur des grands enjeux ou débats transversaux de la recherche en communication interactive et collaborative : les caractéristiques du web comme objet/environnement de recherche et leurs implications méthodologiques, le *big data*, les questions éthiques (le statut de l'observateur, le consentement informé, la confidentialité et de l'anonymisation des données), les opportunités et les risques des technologies du web comme outils de collecte de données, de recrutement de participants, d'analyse et de visualisation de données, de communication des résultats de recherche...

L'UE prendra appui sur les méthodes d'enseignement suivantes :

- Cours *ex cathedra* de cadrage général.
- Lecture, présentation et discussion collective de textes méthodologiques et d'analyses concrètes mettant en œuvre des méthodes de recherche en communication interactive et collaborative.
- Travail (individuel ou en groupe) de conception et de mise à l'épreuve concrète, à petite échelle, d'un dispositif méthodologique en lien avec une question ou une problématique de recherche.
- Travail (de préférence individuel) d'approfondissement d'une question, d'un débat, d'un enjeu en lien avec le dispositif méthodologique expérimenté, à partir d'un retour

sur cette mise en œuvre concrète.

Le séminaire peut également faire intervenir des chercheurs ou des spécialistes invités à faire un retour critique sur leur propre expérience de l'une ou l'autre des méthodes vues dans le cadre du séminaire.

Plan de cours

Introduction : posture de recherche et approche communicationnelle

- Méthodologie, méthodes, techniques. / Eléments de zététique (effet cigogne, effet Pangloss) / Analyse de temps courts, de temps longs, témoignages et faits sociaux.
- L'arrachement des prénotions / La « neutralité axiologique ».
- Point de vue situé et point de vue ancré/Distinction emic/etic et mécanismes projectifs.
- Rôle du dispositif technologique. / La sémiologie continuiste et les représentations collectives.

Techniques d'approche (1) – Les approches quantitatives et pseudo-quantitatives

- Introduction à l'analyse lexicométrique – analyse de discours produits en ligne avec trois méthodes (Analyse de fréquences de formes, « ALCESTE », Analyse de similitude) à l'aide du logiciel IRAMUTEQ.
- Introduction à la représentation/mapping de réseaux – analyse d'un réseau de contacts (cliques, densité, flux montants et descendants) à l'aide du logiciel GEPHI.
- Introduction à l'analyse de navigation/trajectoires d'utilisateurs. – Exploitation de résultats Google Analytics. Représentation des flux. Limites des données.
- Introduction à l'enquête par questionnaire – Échantillon, population, recrutement et biais de sélection. – Questions ouvertes, fermées, échelles. Échelle de Likert et effet de moyennes. Marge d'erreur. – Conception d'un questionnaire Limesurvey – Éléments de traitement pseudo-quantitatif des données et analyse de résultat.

Techniques d'approche (2) – Les approches qualitatives

- Introduction à l'approche ethnographique et l'observation participante en ligne. Ethnographie « classique » et observation des usages. Ethnométhodologie du virtuel et activité des « *persona* ».
- Introduction à l'entretien compréhensif. – Pratique de l'entretien en ligne. Utiliser Skype pour un entretien. Le lexique, les codes et les enjeux de la retranscription.
- Introduction aux méthodes participatives. – Etude du cas Wikipedia.

Déontologie et éléments de législation sur le respect de la vie privée dans la recherche scientifique

Mise en œuvre (réalisation des travaux de groupe, présentation des travaux).

Conclusion générale du cours.

Activités d'apprentissage et méthodes d'enseignement

Étude de cas en groupe
Exercices en groupe
Construction d'un « portfolio » individuel

Les étudiants dans l'impossibilité de suivre une partie de l'UE en présentiel doivent contacter le professeur pour trouver une alternative.

Supports spécifiques à l'UE

Powerpoint et abstract du cours disponible sur Claroline après chaque séance.
Plusieurs articles seront analysés en cours, ils seront mis en ligne après chaque séance.

Méthodes d'évaluation/modes d'évaluation

L'évaluation se construit sur trois dimensions : présentation de groupe, le rapport de groupe et le rapport individuel.

Travail de groupe

En ce qui concerne le travail de groupe, chaque groupe (de 3 à 4 étudiant.e.s) doit définir une problématique qui l'intéresse et proposer un dispositif méthodologique *ad hoc* lors de la séance n°5.

À partir de la séance 7, chaque groupe présente sa production sous forme d'exposé oral, qui est évalué.

Par ailleurs, chaque groupe doit remettre un bref travail de 5 à 8 pages faisant état de sa recherche et mettant en évidence les éléments les plus importants de bibliographie sélectionnés.

Travail individuel

En ce qui concerne le travail individuel, l'idée est de se baser sur un « portfolio » conçu en deux temps :

1. L'étudiant.e dépose dans une archive toutes les traces qui lui semblent pertinentes par rapport à son sujet d'intérêt et au dispositif méthodologique qu'il envisage, ainsi que le rapport de son groupe et d'au moins un autre groupe.
2. L'étudiant.e structure et organise ces traces au moment de la rédaction de son rapport individuel.

Le travail individuel final est une discussion d'une question générale, transversale, choisie par l'étudiant parmi toutes les questions émergent de la réflexion collective de la séance n°10.

Son travail (de 10 à 15 pages) est structuré comme un article. En annexe, il indique la « table des matières » de son portfolio (c'est-à-dire l'organisation des éléments qu'il a déposés dans son archive).

La cote est construite comme suit : 25% x cote exposé groupe + 25% x cote travail groupe + 50% x cote travail individuel.

Critères de réussite

L'UE vaut 5 crédits. La réussite est à 10/20.

Une présence active à au moins 80 % des heures est requise, faute de quoi l'étudiant pourra être mis en échec pour l'activité concernée (Art. 18 du Règlement des études ICHEC-ISFSC).

Bibliographie

Ne sont repris dans la bibliographie que trois ouvrages généraux à titre indicatif. Les ouvrages spécifiques, traitant d'une technique spécifique ou d'un exemple seront vus en cours. La liste des références sera mise à jour au fur et à mesure sur Claroline.

- Mucchielli, A. (2004) *Les sciences de l'information et de la communication (5^e ed.)*, Paris, Hachette.
- Olivier de Sardan, J.P. (2008) *La rigueur du qualitatif. Les contraintes empiriques de l'interprétation socio-anthropologique*, Louvain-La-Neuve, Academia.
- Van Campenhoudt, L. & Quivy, R. (2011 [1988]) *Manuel de recherches en sciences sociales (4^e ed.)*, Paris, Dunod.



Fiche UE pour le master en Stratégie et analyse de la communication interactive et collaborative

Intitulé de l'UE

Psycho-anthropologie des médias sociaux et collaboratifs

Professeur

Olivier SERVAIS

olivier.servais@uclouvain.be

Période

Master 1 - Quadrimestre 1

Crédits

5 crédits

Volume horaire

30 heures

Prérequis/corequis

Aucun

Objectifs d'apprentissage

Compétence 1 - Gérer la présence d'une organisation sur les médias sociaux et collaboratifs

Acquis d'apprentissage

1. Analyser de manière prospective la communication interactive et collaborative d'une organisation, son secteur d'activités et son contexte social, culturel, technologique, économique, politique et juridique.

Compétence 4 - Mobiliser et produire des connaissances en communication interactive et collaborative de façon pertinente et méthodique, dans le cadre d'une réflexion critique ou d'un projet de recherche

Acquis d'apprentissage

1. Posséder une connaissance approfondie des principales approches théoriques et méthodologiques de la recherche sur les médias sociaux et la communication interactive et collaborative.
2. A partir de savoirs multidisciplinaires, développer une réflexion critique et étayée sur les enjeux humains et sociétaux des technologies numériques, y compris les questions juridiques, déontologiques et éthiques.

Contenu de l'activité/de l'UE

Cette UE approfondit une série de questions et de concepts qui permettent d'aborder certains grands enjeux, psychologiques et anthropologiques, des technologies de communication numériques et plus particulièrement des médias sociaux et collaboratifs.

Au moyen de lectures, de discussions et d'analyses de cas axées sur ces enjeux, cette UE vise à faire en sorte que les étudiants maîtrisent les bases conceptuelles et méthodologiques des approches psycho-anthropologiques aux médias sociaux, et qu'ils puissent mettre en œuvre ces acquis notamment en lien avec leurs pratiques et intérêts professionnels.

Les thématiques ou enjeux suivants sont abordés, en nuanciant à la fois les lectures « sceptiques » et les lectures « utopiques » des médias sociaux et collaboratifs : les repères anthropologiques et historiques par rapport à l'évolution de la technologie ; les approches psycho-anthropologiques aux pratiques numériques au sein des médias sociaux ; la culture du jeu dans les environnements socionumériques ; les affects et les émotions en lien avec les médias sociaux et collaboratifs ; la confiance à l'ère du numérique ; quelques enjeux des TIC liés la santé mentale.

Plan de cours

Introduction 26 septembre 2017

0. TELECHARGEMENT Présentation du cours ; Présentation de l'enseignant ; Méthodologie de recherche en ethnographie du virtuel.

6 EXTENSIONS

1. INSTALLATION : Méthodologies des approches psycho-anthropologiques de la technologie et contexte des transformations contemporaines (3 octobre 2017)

- Constitution des groupes
- La construction sociale de la technologie
- Ethnographie digitale
- Entretiens en lignes
- Anonymat, pseudo et question
- La ludification (*gamification*)

2. CONNEXION : Affordance, performance, et déterminisme de la machine (14 octobre 2017)

- Distribution des thèmes et des lectures
- Jeu et mondes possibles : Affordances techniques et sociales
- Big Data et programmation
- Serveurs et techniques
- Game design- Network design
- sécurisation/insécurisation / Contrôle

3. RELATIONS : La culture ludique à l'ère (du) numérique (28 octobre 2017)

- Présentation N°1**
- Avatars et identité : Les métamorphoses culturelles de soi
- « Flow », engagement, récompense et reconnaissance
- Appartenance souple et multiple ; multi-identification
- Médias sociaux et engagement affectif
- « Amis », « abonnés », « contacts », « fans » : Reconfigurations numériques du lien social
- Médias sociaux et la pluralité des affects : émotions, sentiments, humeur
- Médias sociaux et capital émotionnel en temps de crise : solidarité, empathie, résilience.
- Le pouvoir affectif de l'image : mèmes, selfies, gifs, vines
- « Likes », « retweets », « recommandations » : La dialectique du don/contre-don
- Au-delà de la dichotomie virtuel/réel, online/offline : *The Onlife Manifesto*

4. ASSOCIATION-COMMUNAUTE-GUILDES (4 novembre 2017)

- Présentation N°2**
- Les communautés virtuelles : l'imaginaire communautaire (interactivité, signes d'appartenance, liens d'affinités), normativité collective, consentement
- L'économie des échanges matériels et symboliques : *crowdsourcing*, *crowdfunding*
- Communautés et réseaux de confiance
- Le modèle guildes : gouvernance, économie, symbolique

5. REAPPROPRIATION l'ère du numérique (9 décembre 2017 AM)- Meggie De Fruityer

- Présentation N°3**
- Cérémonie
- Animation
- Transmedia

- Fan Communities
- Digital art
- Hackers-Pishing-Marges
- Contestation et dissidence – Darknet

6. RELIGION-DEMISSION-ADDICTION (9 décembre 2017 PM)

- Présentation N°4**
- Violence : cyber harcèlement, radicalisation, dérives du live streaming (suicide, meurtre)
- Médias sociaux et les discours de haine
- Usages excessifs des TIC : jeux vidéo, réseaux sociaux
- Les possibilités thérapeutiques des médias sociaux
- La figures du No Life

Activités d'apprentissage et méthodes d'enseignement

Le cours est divisé en 6 unités thématiques dites « extensions », chacune abordant une problématique psycho-anthropologique particulière. Les concepts et approches théoriques seront envisagés à partir d'un portefeuille de lectures obligatoires et d'autres supports médiatiques. La dynamique pédagogique du cours implique une participation active des étudiants dans la lecture et la discussion du matériel bibliographique assigné à cette UE. L'enseignement proposé comportera donc une alternance de :

- 1) Séances de cours ex cathedra (appui sur diaporamas) plus participation des étudiants dans la discussion
- 2) Présentations par des sous-groupes d'étudiants d'un cas concret se rapportant à une ou plusieurs unités thématiques du cours
- 3) Illustration ethnographiques du thème et parfois, invitation d'experts ou de vidéos pour certaines thématiques

Supports spécifiques à l'UE

- Diaporamas élaborés par le professeur et qui seront disponibles en ligne pour les étudiants après chaque séance.
- Portefeuille de lectures obligatoires comprenant des articles de revues scientifiques, des chapitres de livre et des articles de presse
- Ressources web comprenant des séquences vidéo (TED Talks, documentaires, etc., et des pages/sites web pertinents pour les unités thématiques.

Méthodes d'évaluation/modes d'évaluation

Première session :

L'évaluation de cette UE comporte trois parties, à savoir :

1. Participation au cours (20%)
2. Présentation en groupe + rapport écrit (30%)
3. Travail final individuel (50%)

1. La participation au cours représente la contribution de chaque étudiant à la dynamique du cours, contribution qui sera évaluée sur deux dimensions : fréquence et qualité (voir tableau ci-dessous pour un exemple d'évaluation sur 10 points)

Fréquence

Faible	Élevée	
7-8	9-10	Élevée
4	5-6	Faible

Qualité

La participation comprend donc le professionnalisme des étudiants dans leurs contributions au cours, ce qui implique :

- La responsabilité individuelle par rapport aux lectures et d'autres ressources pédagogiques obligatoires
- Participer activement dans l'échange avec le professeur et les autres étudiants dans le but de générer une co-construction de savoirs relatifs aux contenus du cours

Etant donné la nature participative de cette UE, les absences et retards injustifiés auront un impact sur l'évaluation de la participation.

2. La présentation en groupe portera sur un thème choisi en concertation avec le professeur. Ce thème (question d'actualité, expérience professionnelle, etc.) doit être en rapport avec une ou plusieurs thématiques développées dans le cours. La sélection du thème aura lieu au début octobre et les présentations auront lieu à partir de la dernière semaine d'octobre. La durée des présentations est de 30 minutes et les étudiants peuvent utiliser différents supports (PowerPoint, Prezi, etc.). Les présentations seront accompagnées d'un rapport écrit de 10 pages synthétisant le thème choisi, le rapport aux unités thématiques du cours et les ressources, bibliographiques et autres, utilisées. Ce rapport doit être remis au professeur maximum un mois après la présentation.

3. Le travail final individuel sera un travail sur un thème/ terrain d'enquête précis du cours choisi par l'étudiant qui prolonge le travail de groupe et le lie à un des centre d'intérêt de l'étudiant. Il comprendra :

a) Une synthèse de chaque texte faisant ressortir les éléments essentiels. (1-2 pages) La synthèse doit être une réappropriation personnelle par l'étudiant du texte. En aucun cas il ne s'agit d'un simple résumé. L'étudiant imprime dans son texte son propre fil conducteur, à partir d'une question sociologique ou anthropologique particulière qu'il aura choisie, négligeant dès lors (en le justifiant) ce qui est accessoire à sa problématique. ;

b) Une critique de chaque article au niveau du fond. (1-2 pages) □ □ Dans la critique, l'étudiant doit faire intervenir les éléments suivants :

- 1) Re-contextualisation des textes par rapport à la biographie de l'auteur, et également aux différentes traditions socio-anthropologiques ou psychologiques ;
- 2) Prise de position personnelle argumentée quant au fond ;
- 3) Dans le but d'étayer sa critique (positive ou négative), lien avec des informations externes comme d'autres lectures, d'autres enseignements, des sites web, des reportages télévisés ou radios ; le recours à ces matériaux doit bien entendu être justifié dans le travail. □ □
- 4) Sur base de ces différents comptes-rendus, l'étudiant tentera de trouver un fil conducteur original entre les textes. Une fois celui-ci trouvé, il produira alors, sur base de toutes les étapes antérieures, une synthèse du débat que les textes alimentent autour de la question-thème choisie. Ce travail sera déposé pour l'évaluation du cours.

Le travail final doit être déposé le 1^{er} jour de la session.

En seconde session, seul le travail écrit final doit être représenté et compte pour les 100% de l'évaluation.

Critères de réussite

L'UE vaut 5 crédits. La réussite est à 10/20.

Une présence active à au moins 80 % des heures est requise, faute de quoi l'étudiant pourra être mis en échec pour l'activité concernée (Art. 18 du Règlement des études ICHEC-ISFSC). Les absences justifiées (certificat) n'entrent pas dans ce calcul.

Pour que les crédits de l'UE puissent être validés, il faut que chacun des volets de l'évaluation soit réussi (minimum 10/20). Dans ce cas, l'étudiant.e. se voit attribuer la note finale en prenant en compte la pondération expliquée ci-dessus. Si au moins un des volets de l'UE n'est pas réussi, l'étudiant.e. se voit attribuer la note du volet le moins bien réussi. L'étudiant.e. doit donc représenter, en seconde session, le ou les volets en échec. Dans le cas où un.e étudiant.e. échoue à au moins un des volets en seconde session, la note finale attribuée sera celle du volet le moins bien réussi. »

Bibliographie (à titre indicatif)

Amichai-Hamburger, Y. (2009). *Technology and psychological well-being*. Cambridge: Cambridge University Press.

- Bijker, Wiebe, Hughes, T. & Pinch, T. (Eds.). (2012). *The social construction of technological systems*. Cambridge: MIT Press.
- Cardon, D. (2015). *À quoi rêvent les algorithmes: Nos vies à l'heure des Big Data*. Paris : Seuil.
- Castelfranchi, C. & Falcone, R. (2010). *Trust theory: A socio-cognitive and computational model*. Chichester UK: Wiley.
- Csikszentmihalyi, M. (1990). *Vivre. La psychologie du bonheur*. Paris : Éditions Robert Lafont.
- Debray, R. (2000). *Introduction à la médiologie*. Paris : PUF.
- De Cock, R., Klein, A., Rosas, O. et al. (2014). *Compulsive computer use and knowledge needs in Belgium: A multimethod approach*. Ghent: Academia Press.
- De Lange, M. et al. (Eds.) (2015). *Playful identities: The ludification of digital media cultures*. Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Floridi, L. (2014). *The fourth revolution: How the infosphere is reshaping human reality*. Oxford: Oxford University Press.
- Floridi, L. (Ed.) (2015). *The onlife manifesto. Being human in an hyperconnected era*. New York: Springer.
- Fuchs, C. (2014). *Social media. A critical introduction*. London : Sage.
- Georges, F. (2009). Représentation de soi et identité numérique. Une approche sémiotique et quantitative de l'emprise culturelle du web 2.0. *Réseaux 2* (154), 165-193.
- Harding, J. & Pribram, E. D. (Eds.) (2009). *Emotions: A Cultural Studies Reader*. London: Routledge.
- Ingold, T. (1997). Eight themes in the anthropology of technology. *Social Analysis: The International Journal of Social and Cultural Practice*, 41(1), 106-138.
- Krzywinska, Tanya, « Blood Scythes, Festivals, Quests, and Backstories: World Creation and Rhetorics of Myth in World of Warcraft », *Games and Culture*, 2006; 1; 383
- Lagneaux S., Servais O., « De la traite robotisée au raid d'avatars. Incorporation et virtualisation », *Parcours anthropologiques*, 2014, 9 | -1, 73-101.
<https://uclouvain.academia.edu/OlivierServais>
- Lazega, E. (1998). *Réseaux sociaux et structures relationnelles*. Paris : PUF.
- Manovich, L. (2010). *Le langage des nouveaux médias*. Paris : Les Presses du réel.

Markopoulos, P., de Ruyter, B. & Mackay, W. (Eds.) (2009). *Awareness Systems*. New York : Springer.

Mosco V., *The Digital Sublime*, MIT Press, 2004, pp. 13-66.

Origgi, G. (2008). *Qu'est-ce que la confiance ?* Paris : Vrin.

Pentina, I., Zhang, L. & Basmanova, O. (2013). Antecedents and consequences of trust in a social media brand: A cross-cultural study of Twitter. *Computers in Human Behavior*, 29(4), 1546-1555.

Perkins A., *Religious Experience in World of Warcraft*, Texas State University, San Marcos, Texas May 2011, Mémoire de maîtrise

Philippette, T. (2015). La dimension sociocognitive de la jouabilité. Etude des MMORPG en tant qu'artéfacts cognitifs socialement distribués. *Interfaces numériques*, 4(1), 23-41.

Rosas, O. & Dhen, G. (2012). One Self to Rule Them All: Critical Discourse Analysis of Players' Identity Construction in World of Warcraft. In Zagalo, N., Morgado, L., & Boaventura, A. (Eds). *Virtual Worlds and Metaverse Platforms: New Communication and Identity Paradigms*. Hershey, PA: IGI Global, pp.337-366

Servais O., Du décor virtuel à l'avatar métamorphe : les figures de l'animal dans le jeu vidéo World of Warcraft, *RELIGIOLOGIQUES*, no 32, printemps/automne 2015, 351–394

Servais O., « Autour des funérailles dans World of Warcraft. Ethnographie entre religion et mondes virtuels », Collectif, *Mutations des religions et identités*, Desclée, 2012.

Servais O., Cérémonies funéraires dans World of Warcraft. Révélateur des sociabilités en ligne ?, *Frontières* v28 n2 2017.

Servais O., L'eschatologie «No life». Incorporation et Avatarisation d'érémisme digital, *Social Compass* 2017, Vol. 64(1) 42–59

Servais O., Avatars, guildes et joueurs intensifs De la dépendance à la reliance dans World of Warcraft, in Ceriana Mayneri A., *Engre errances et silence*, Academia, 2017, 171-197.

Schroeder, R. & Axelsson, A-S. (Eds.) (2006). *Avatars at Work and Play. Collaboration and Interaction in Shared Virtual Environments*. New York: Springer



**Fiche UE pour le master en Stratégie et analyse de la communication
interactive et collaborative**

Intitulé de l'UE

Réseaux informatiques et socionumériques : architecture, sécurité et fonctionnement

Professeur(s) / Responsable(s) de l'UE

Bertrand VERLAINE
bertrand.verlaine@unamur.be

Période

Master 1 - Quadrimestre 1

Crédits

5 crédits

Volume horaire

30 heures

Prérequis/corequis

Aucun

Objectifs d'apprentissage

Compétence 2 - Maîtriser les méthodes, les outils et les canaux de communication interactive et collaborative

Acquis d'apprentissage

1. Maîtriser les grands principes d'architecture, de fonctionnement et de sécurisation des réseaux informatiques et socionumériques d'une organisation

Contenu de l'activité/de l'UE

L'objectif de cette UE est de permettre aux étudiants d'acquérir les concepts fondamentaux de l'informatique pour le contexte des réseaux informatiques et

socionumériques utilisés en communication des organisations. Les enseignements portent aussi bien sur des aspects descriptifs et pratiques que sur des aspects théoriques des réseaux. Les technologies y sont abordées comme coconstruction entre les informaticiens et les autres acteurs de l'organisation. L'UE aborde aussi les enjeux des alternatives technologiques proposées. Exemple : dans le cas du choix d'un mode d'hébergement, l'opposition qu'il peut y avoir entre efficacité et indépendance de l'organisation.

Les principaux thèmes abordés seront les suivants :

- architectures et principes technologiques des réseaux informatiques et mobiles ;
- architectures et principes de fonctionnement des réseaux socionumériques, des plateformes de partage et des plateformes collaboratives ;
- typologie des solutions d'hébergement des données (data centers (serveurs partagés, serveurs dédiés) / public cloud, dedicated cloud...);
- notions fondamentales d'architecture des applications web, y compris pour les supports mobiles ;
- techniques de traçage du parcours des utilisateurs ;
- principes techniques et organisationnels de la sécurité sur les réseaux (cybersécurité : pare-feux contre le « hacking », les virus, l'usurpation d'identité, techniques d'encryptage...);
- approche technologique des applications via objets connectés.

Plan de cours

- Partie I: Les systèmes d'information et leur composante « réseau »
Objectif: Découvrir la notion de système d'information, ses composantes et ses types, en vue d'analyser plus précisément sa composante réseau
- Partie II: Architectures des SI et technologies Web
Objectif: Connaître et comprendre qu'elles sont les structures utilisées pour construire les SI, avec un focus sur les technologies et les architectures basées sur les technologies Web (y compris leur exploitation)
- Partie III: La sécurité des systèmes d'information et des réseaux
Objectif: Comprendre les enjeux sécuritaires et les solutions les plus communément utilisées pour se prémunir contre les risques sécuritaires les plus courants
- Partie IV: Réseaux, données et objets
Objectif: Comprendre les interdépendances possibles entre les réseaux, les données et les objets (« Internet of Things »)

Activités d'apprentissage et méthodes d'enseignement

Le cours est tout d'abord dispensé sous la forme d'un magistral présentant les nombreux concepts à discuter, tout en invitant les participants à un maximum d'interactions. Des exemples et discussions en groupe seront présents pour comprendre les liens entre les concepts vus et les ancrer dans le concret des étudiants. Des lectures scientifiques seront exploitées à divers moments pour décrire plus précisément certains aspects plus importants dans le cadre du master. Un travail réalisé en groupe sera organisé en vue de mobiliser et d'approfondir les

savoirs et savoir-faire vus en cours.

Pour les étudiants qui sont dans l'impossibilité de suivre une partie de l'UE en présentiel ?

Un support de cours et les lectures recommandées seront sur Claroline. Le professeur reste disponible par mail et/ou avant et après les cours pour discuter de problématiques personnelles. La réalisation du travail de groupe est obligatoire.

Supports spécifiques à l'UE

Le syllabus complet sera sur Claroline avant le début des cours. Des lectures supplémentaires seront également en ligne sur cette plateforme.

Méthodes d'évaluation/modes d'évaluation

Première session :

1. Examen écrit (50%).
2. Présentation du travail de groupe (50% ; note pour laquelle les étudiants évaluent les autres groupes ainsi qu'eux-mêmes).

Seconde session :

1. Examen oral (50%).
2. Si la présentation du travail de groupe est en échec, soit <10/20 (sinon la cote est reportée, sans possibilité de l'améliorer): travail **individuel** à rendre sous la forme d'un rapport écrit ayant les mêmes objectifs que le travail de groupe qui est réalisé lors de la première session
 - Deadline: via mail avec accusé de réception pour le premier jour de la seconde session.
 - 50% de la note.
 - Forme: rapport effectuant une analyse de la situation « as-is » + recommandations en repartant du cas présenté oralement lors du travail de groupe.
 - Si le travail de groupe n'a pas été présenté, un cas doit être trouvé par l'étudiant pour réaliser ce travail.

Critères de réussite

L'UE vaut 5 crédits. La réussite est à 10/20.

Une présence active à au moins 80 % des heures est requise, faute de quoi l'étudiant pourra être mis en échec pour l'activité concernée (Art. 18 du Règlement des études ICHEC-ISFSC). Les absences justifiées (certificat) n'entrent pas dans ce calcul.

Bibliographie

Voir fin des slides du cours.



Fiche UE pour le master en Stratégie et analyse de la communication interactive et collaborative

Intitulé de l'UE

Stratégies de la communication interactive et collaborative

Professeur(s) / Responsable(s) de l'UE

Etienne GONSETTE
etigone@gmail.com

Période

Master 1 - Quadrimestre 1

Crédits

5 crédits

Volume horaire

30 heures

Prérequis/corequis

Corequis : Méthodologie de la communication transmédia et crossmédia

Objectifs d'apprentissage

Compétence 1 – Gérer la présence d'une organisation sur les médias sociaux et collaboratifs

Acquis d'apprentissage

1. Analyser de manière prospective la communication interactive et collaborative d'une organisation, son secteur d'activités et son contexte social, culturel, technologique, économique, politique et juridique.
2. Définir les objectifs et la stratégie de communication interactive et

- collaborative d'une organisation en lien avec sa communication globale.
3. Concevoir et mettre en œuvre des dispositifs et des actions de communication interactive et collaborative intégrant les ressources et les contraintes humaines, financières, matérielles et juridiques d'une organisation.
 4. Concevoir et mettre en œuvre les procédés d'évaluation de ces dispositifs et actions de communication, savoir interpréter avec discernement les données de l'évaluation et prendre les mesures correctrices appropriées.

Compétence 3 - Mobiliser la direction, le personnel et les partenaires d'une organisation autour de projets de communication interactive et collaborative

Acquis d'apprentissage

1. Conseiller les organes de décision d'une organisation sur les matières qui touchent à la communication interactive et collaborative (les objectifs et stratégies de communication, les situations de résolution de crise, les transformations sociométriques de l'organisation...).
2. Communiquer, justifier et défendre un projet de communication interactive et collaborative (notamment auprès des organes de décision) depuis sa création jusqu'au reporting final, de façon claire, cohérente et structurée, par voie écrite et orale, et en respectant les exigences de la communication dans l'organisation.

Contenu de l'activité/de l'UE

L'UE aborde les stratégies de communication persuasive, de communication corporate, de communication interne et de communication de crise des organisations marchandes et non marchandes (y compris les mobilisations citoyennes) et les modalités de leur interpénétration.

Elle forme l'étudiant à mettre en place et à gérer une existence sur différents médias sociaux et collaboratifs. Les grandes questions suivantes seront traitées dans cette UE :

- Comment attirer l'attention ? Comment générer du trafic ?
- Comment générer et entretenir une e-réputation ? Comment susciter la confiance ?
- Comment convertir les personnes visées par une application en contacts ?
- Comment fédérer et fidéliser une communauté ? Quels sont les leviers de la participation ? Comment y améliorer l'image perçue d'une organisation ?
- Comment évaluer les performances de communication sur le web social ? Quels usages de quels outils pour suivre, mesurer, évaluer et optimiser la présence sur les médias sociaux ? Quels sont les indicateurs disponibles – nombre de « fans » ou de « followers », taux d'engagement, sentiments partagés... (KPI : Key Performance Indicators) ?

L'UE se focalise sur la place des outils interactifs dans un plan de communication transmédia ou crossmédia. Elle s'attarde sur les critères de choix menant à un mix transmédia ou crossmédia cohérent et performant, en prenant en considération :

- les différents supports interactifs : intranet, extranet, mobiles, tablettes, objets connectés...
- la panoplie des médias sociaux et collaboratifs : les sites, les blogs, les

messaging instantanées, la vidéoconférence, les réseaux sociaux numériques, les plateformes de partage...

- les diverses techniques d'optimisation de la communication : le SMO (Social Media Optimization), le SEO (Search Engine Optimization), le SEA (Search Engine Advertising), le storytelling, le partage, la viralité, l'enrichissement collaboratif de contenus (UGC), la personnalisation des contenus en fonction de la géolocalisation...

Outre des séances de cours ex cathedra, l'UE prévoit des moments d'analyse collective de cas concrets amenés par l'enseignant et/ou les étudiants. L'UE inclura comme modalité d'évaluation (sans exclure d'autres formes d'évaluation) la formulation de recommandations stratégiques et d'un plan de communication par rapport à un cas qui sera proposé aux étudiants.

Plan de cours

1. Stratégie SCIC – Définition du champ interactif et collaboratif

- o Contexte : la société numérique
- o Lieu : Multi channel et Omni channel
- o Moments : principe du « User Journey »
- o Moyens : multi devices strategy & convergence des technologies
- o Cible :
 - Adoption des évolutions technologiques
 - Logique multiforme
 - Acteurs de la communication digitale
- o *Analyse de cas : le GAFA (ils définissent l'avenir du monde connecté)*

2. Stratégie SCIC – L'écosystème digital

- o Définition et principe d'action
- o Déploiement interne et externe
- o Mesures des KPI et définition des milestones
- o Monitoring et amélioration dynamique
- o *Analyse de cas : Start up dans le domaine Horeca (cas réel)*

3. SCIC – L'émetteur

- o Stratégie interactive et stratégie de présence de l'entreprise/institution (marchande ou non marchande)
- o Logique de l'écosystème communicationnel de l'entreprise/ Institution
- o Stratégie interactive et stratégie de communication intégrée
- o *Analyse de cas : communication politique (variabilité des écosystèmes digitaux)*

4. SCIC – Le récepteur

- o Caractéristiques digitales et conformités sociodémographique
- o Paradigme de la maîtrise informationnelle et communicationnelle
 - Consommateur
 - Ubiquité et simultanéité

- Sentiment d'appartenance (e.a. notion de brand equity, NPS et CSAT)
- o Mesures quantitatives et comportementales
- o *Analyse de cas : mesure des émotions dans le monde digital (UCL)*

5. SCIC – Le contenu

- o Intégration de la logique collaborative dans un plan de communication digital
- o Spécificités du contenu digital
- o Moment de l'action et définition
- o Mesure de l'efficacité
- o Monitoring & upgrade
- o *Analyse de cas : Citizen Journalism, nouvelle gestion de l'information*

6. SCIC – Plan de communication digital et utilisation des médias digitaux

- o Omni channel media strategies (digital media strategies)
- o Stratégie de communication collaborative et participative
- o Pourquoi intégrer le canal collaboratif et à quelles conditions ?
- o Quand et comment déployer le canal collaboratif ?
- o Mesures de l'efficacité
- o Search strategy: Paid search (SEO, SEA, SMO, RTB, ...), optimization et targeting.
- o *Analyse de cas : définir des objectifs, outils de mesures et KPI's pour dans le domaine associatif (cas MSF)*

7. SCIC – E-réputation en entreprise/institution/marchand/non marchand

- o Mentalité interne et rapport au monde extérieur
- o Elaboration, diffusion et maîtrise d'un plan de communication institutionnel, politique et/ou non-marchand
- o Elaboration, diffusion et maîtrise d'un plan de communication marchand
- o Gestion de la communication de crise en secteur marchand et non marchand : règle du CTA
- o *Analyse de cas : cas issus de l'actualité socio-politique du moment*

8. SCIC – Mesures de performances

- o Particularisme digital (instantanéité et souplesse adaptative)
- o Gestion des outils statistiques (mesure qualitative, quantitative et comportementale)
- o Data mining is not data farming
- o *Analyse de cas : "Dashboarding" issus du milieu bancaire (cas réel)*

9. Stratégie SCIC – Gestion de projet

- o Gérer un plan de communication sur les plates-formes interactives et collaboratives. Comment appliquer un plan de communication ?
- o Contraintes internes et réalité d'entreprise.

- o Tendances User:
 - Customer Journey (UX, UI, UE, ...)
 - Exemple d'une méthode orientée user : Agile, autre ?
- o Dashboard(s) : Piloter en continu un projet
- o *Analyse de cas : construire un parcours client – cas réel en collaboration avec les étudiants*

10. Stratégie SCIC – Perspectives et échanges/insights

- o Perspectives : une vision réaliste de demain
- o Echanges d'expériences et questions

Activités d'apprentissage et méthodes d'enseignement

En dehors de ce qui est déjà prévu dans le cahier des charges de l'UE

- Analyse de cas issus de la vie réelle et apportés par le professeur
- Analyse de cas issus de la vie réelle et apporté par un élève (option)

Supports spécifiques à l'UE

- Slides et notes sur Claroline (option)
- Présence d'un invité expert (durée 1 heure, deux à trois experts prévus)
- Supports multimédias
- Analyse d'articles thématiques : liés à l'actualité (spectre large)
- Références sur le web : voir bibliographie

Méthodes d'évaluation/modes d'évaluation

1. Première session :
 - 2 types d'évaluations :
 - o **Un examen écrit** basé sur une analyse de cas (durée 3 heures).
 - Temps estimé : 3 heures
 - Consignes : l'examen inclura comme modalité d'évaluation la mise en place d'une recommandation stratégique (définition et structure d'un écosystème) et d'un plan de communication par rapport à un cas qui sera imposé aux étudiants.
 - Echancier :
 - Date : session d'examens S1. Date précise à convenir
 - Où : présentation l'USLB/ISFSC
 - o **Un examen oral**
 - Evaluation relative à la défense argumentée d'un point de vue sur un des modules vus lors des cours ex cathedra
2. Seconde session :
 - o **Si échec à l'examen écrit en S1 : nouvelle épreuve écrite** basée

sur une analyse de cas (durée 3 heures).

- Temps estimé : 3 heures
- Consignes : l'examen inclura comme modalité d'évaluation la mise en place d'une recommandation stratégique (définition et structure d'un écosystème) et d'un plan de communication par rapport à un cas qui sera imposé aux étudiants.
- Echancier :
 - Date : session d'examens S2. Date précise à convenir
 - Où : présentation l'USLB/ISFSC
- **Si échec à l'examen oral en S1 :**
 - Evaluation relative à la défense argumentée d'un point de vue sur un des modules vus lors des cours ex cathedra

Critères de réussite

L'UE vaut 5 crédits. La réussite est à 10/20.

Une présence active à au moins 80 % des heures est requise, faute de quoi l'étudiant pourra être mis en échec pour l'activité concernée (Art. 18 du Règlement des études ICHEC-ISFSC).

Critères qualitatifs :

- Evaluer la capacité à intégrer et mettre en pratique les différents concepts vus lors des cours ainsi que la capacité à analyser une situation afin de mettre en place un plan d'action cohérent, mesurable et évolutif.

Critères quantitatifs :

- Examen écrit : 10/20 étant la cote minimum requise pour valider la réussite de l'étudiant à cette épreuve
- Examen oral : 10/20 étant la cote minimum requise pour valider la réussite de l'étudiant à cette épreuve

Bibliographie (suggérée)

Centrée sur l'outil et le champ digital

1. Dru J.-M. (1997). Disruption. Paris. Village mondial Editions.
2. Sun Tzu. (2008). L'Art de la Guerre. Paris. Flammarion Editions.
3. Sinek, S. (2009). Commencer par le pourquoi. Québec. Performance Editions.
4. Pisani F.- Piotet D. (2011) Comment le Web change le monde. Paris. Pearson Editions.
5. Deschamps C. – Moinet N. (2011). L'intelligence économique. Paris. Dunod Editions.
6. Sillard B. (2011). Maîtres ou esclaves du numérique ? France. Eyrolles Editions.
7. Jamet, T (2012). Ren@issance mythologique : L'imaginaire et les mythes à l'ère digitale. Paris. François Bourin Editeur
8. Jarvis J. (2012). La méthode Google. Paris. Pocket Editions.

9. Lewi G. (2012). Les nouveaux Bovary. Paris. Pearson Editions.
10. Eloi L. (2012). Economie de la confiance. Paris. La Découverte Editions.

Centrée sur la sociologie numérique.

1. Castells M. (1998-1999). L'ère de l'information. Paris. Fayard Editions
 - a. La société en réseaux (Vol 1)
 - b. Le pouvoir de l'identité (Vol 2)
 - c. Fin de millénaire (Vol 3)
2. Castells M. (2002). La galaxie Internet. Paris. Fayard Editions
3. Castells M. (2013). Communication et pouvoir. Paris. Maison des Sciences de l'Homme.

Centrée sur le web

1. <http://www.blogdumoderateur.com/> (blog français centré sur le marketing digital)
2. <https://siecledigital.fr/> (excellent blog existant depuis 2013, très influent et dont les articles sont souvent pertinents)
3. <http://www.cedricc.be/> (blog belge très bien documenté et présentant souvent des mapping intéressants)
4. <http://www.e-marketing.fr/> (blog français très bien documenté dans le secteur retail et innovations e-commerce)
5. <http://www.webmarketing-com.com/> (blog très pointu et axé nouvelles tendances)
6. <http://www.influencia.net/fr/> (excellente revue sur les tendances NTIC)
7. <http://adage.com/> (Advertising Age, un incontournable du monde digital en anglais)



**Fiche UE pour le master en Stratégie et analyse de la communication
interactive et collaborative**

Intitulé de l'UE

Théories de la participation et communication

Professeur(s) / Responsable(s) de l'UE

Marie DUFRASNE
marie.dufRASNE@usaintlouis.be

Période

Master 1 - Quadrimestre 2

Crédits

5 crédits

Volume horaire

30 heures

Prérequis/corequis

Aucun

Objectifs d'apprentissage

Compétences visées par l'UE

Compétence 1 – Gérer la présence d'une organisation sur les médias sociaux et collaboratifs

Acquis d'apprentissage

1. Analyser de manière prospective la communication interactive et collaborative d'une organisation, son secteur d'activités et son contexte social, culturel, technologique, économique, politique et juridique.

Compétence 4 – Mobiliser et produire des connaissances en communication interactive et collaborative de façon pertinente et méthodique, dans le cadre d'une réflexion critique ou d'un projet de recherche

Acquis d'apprentissage

1. Posséder une connaissance approfondie des principales approches théoriques et méthodologiques de la recherche sur les médias sociaux et la communication interactive et collaborative.
2. A partir de savoirs multidisciplinaires, développer une réflexion critique et étayée sur les enjeux humains et sociétaux des technologies numériques, y compris les questions juridiques, déontologiques et éthiques.

Contenu de l'activité/de l'UE

La participation est une notion en vogue circulant dans toutes sortes de discours « optimistes » voire « utopiques » qui voient dans les TIC le gage d'une « plus grande participation » ou d'une « meilleure collaboration » dans la vie sociale, culturelle, médiatique et politique (cf. les « médias participatifs », la « démocratie participative »...). Si cette notion est incontournable lorsqu'il est question du web et des technologies numériques, elle est en même temps très floue, ce qui n'aide guère à élucider ce qui est effectivement en jeu lorsqu'il y a (ou lorsqu'il devrait y avoir) « participation ». L'UE approfondit une série de champs d'études, d'approches théoriques et de cadres normatifs qui, de différentes manières, permettent de sortir de ce flou sémantique et d'interroger la transformation des relations entre les institutions/organisations et les individus.

Les domaines suivants sont particulièrement centraux :

- La théorie politique et démocratique : les approches minimalistes et maximalistes de la participation ; les approches marxistes, anarchistes, radicales, libérales et de la Nouvelle Gauche.
- La démocratie délibérative : l'espace public, le tournant participatif.
- La participation électronique institutionnalisée et la gouvernance : dans les domaines de la planification urbaine, de l'élaboration des politiques publiques (à différents niveaux), de la relation entre administrations et citoyens, etc.
- Les médias et la communication : l'interactivité et la participation des audiences et des publics, la culture de la convergence, le produsage, la participation en communication organisationnelle, la communication communautaire/ participative.
- L'activisme en ligne : la transformation des répertoires d'action, l'articulation du local et du global, l'individualisation et la personnalisation de l'action politique, les usages activistes des médias sociaux, le médiactivisme.

Plan de cours

1. La théorie politique et démocratique

1.1 Théories de la démocratie

- 1.2 Les approches minimalistes et maximalistes de la participation
- 1.3 La légitimation de la participation
- 1.4 Les approches marxistes, anarchistes, radicales, libérales et de la Nouvelle Gauche.

2. La participation citoyenne et la démocratie délibérative

- 2.1 La participation comme co-décision, redistribution du pouvoir, processus de décision collective (politique, professionnel, économique, associatif) avec contribution active.
- 2.2 La discussion, les conditions de la délibération et l'espace public
- 2.3 Le tournant délibératif de la pensée politique et la montée de l'impératif participatif dans l'action publique

3. La participation électronique institutionnalisée et la gouvernance

- 3.1 L'élaboration des politiques publiques. Gestion publique intégrée. Le citoyen comme consommateur ou comme acteur.
- 3.2 Participation et planification urbaine : syndrome NIMBY, conception agonistique du bien commun. Processus d'institutionnalisation de la participation et évolution des normes d'action.
- 3.3 Enjeu communicationnel de la participation citoyenne, opinion informée, apprentissages réciproques.
- 3.4 La participation électronique pour de meilleures relations entre administrations et citoyens : e-participation, e-gouvernement, open government.

4. Les médias et la communication

- 4.1 L'interactivité et la participation des audiences et des publics : réception du public et communauté imaginée, engagements au travers des médias sociaux, réception et civic agency.
- 4.2 Lien entre médias et citoyenneté. Médias et délibération. Vision participative des médias : empowerment, réflexivité, autodidaxie, expérimentation, réappropriation de la parole.
- 4.3 La culture de la convergence : transmédia, réécriture, convergence digitale et globalisation. Production to produsage : user-led, créativité distribuée. Collaboration ouverte, partage de connaissance et d'information.
- 4.4 La participation en communication organisationnelle : communication engageante. Communication communautaire/ participative : favoriser les interactions, community management.

5. L'activisme en ligne

- 5.1 La transformation des répertoires d'action: Individualisation et pluralisation des formes d'engagement, personnalisation de l'action politique. Participation en ligne et évolution des pratiques politiques. Renouveau des formes de militantisme et TIC, culture participative et

engagement communautaire.

5.2 Les usages activistes des médias sociaux et les ressources des actions collectives en ligne.

5.3 Empowerment des individus : renforcement de la capacité d'action des individus. Pouvoir et apprentissage. Empowerment et communication. Formation, sur les médias sociaux, de contre-pouvoirs délibératifs temporaires.

5.4 Médiactivisme : stratégie multiforme d'action sur l'opinion publique. Mobilisations informationnelles et mouvements sociaux, nouvelles tactiques médiatiques. La production de l'information comme enjeu de lutte. Expressivisme et individualisation expressive. Communication instrumentale et persuasive.

Activités d'apprentissage et méthodes d'enseignement

- 9 séances au total dont 6 séances de cours (avec exploitation de cas concrets : exemples de dispositifs, évaluation de bons et mauvais exemples en sous-groupes, etc.)
- 1 séance de visionnage d'un documentaire et analyse
- 2 demi-séances d'exploitation de textes scientifiques
- L'équivalent de 2 demi-séances pour l'explicitation des consignes du travail final, le coaching pour le travail, et les questions/réponses concernant le travail final et l'examen

Pour les étudiants dans l'impossibilité de suivre une partie de l'UE en présentiel ?

- Slides, documents exploités en séance et consignes disponibles sur Claroline
- Présence vivement souhaitée à la séance d'explicitation des consignes du travail final (date précisée dans le planning distribué lors de la première séance et disponible sur Claroline).

Supports spécifiques à l'UE

Sur Claroline :

- Slides avant chaque séance et document structuré pour aide à la prise de notes
- Textes scientifiques, documentaires, vidéos
- Documents et références pour les cas exploités
- Consignes

Méthodes d'évaluation/modes d'évaluation

Première session :

1) Travail écrit individuel consistant en une analyse à l'aide des théories et concepts vus au cours d'un projet participatif (public ou privé) à choisir dans une liste suggérée

ou sur proposition de l'étudiant (vaut pour 50% de la note). Environ 15h de travail, environ 15 pages (35.000 signes). Consignes évoquées lors de la première séance et expliquées en détail lors de la 5^{ème} séance, avec possibilités de questions/réponses. Présence vivement souhaitée à cette séance d'explication qui est pointée au planning dès le premier cours. Consignes écrites détaillées disponibles sur Claroline après cette séance.

2) Examen écrit lors de la session de juin (valant pour les autres 50% de la note) avec questions ouvertes. Permanence facultative pour un feedback du travail.

Seconde session :

Consignes identiques.

Critères de réussite

L'UE vaut 5 crédits. La réussite est à 10/20.

Une présence active à au moins 80 % des heures est requise, faute de quoi l'étudiant pourra être mis en échec pour l'activité concernée (Art. 18 du Règlement des études ICHEC-ISFSC).

Bibliographie

Parmi de nombreuses références, citons :

Bacqué, M.-H., Rey, H., & Sintomer, Y. (2005). *Gestion de proximité et démocratie participative : une perspective comparative* (coll. Recherches). Paris: La Découverte.

Barats, C. (2013). *Manuel d'analyse du web en sciences humaines et sociales*. Paris : Armand Colin.

Blondiaux, L., & Sintomer, Y. (2002). L'impératif délibératif. *Politix, Revue des sciences sociales du politique*, 15, 17–35.

Bruns, A. (2008). *From production to produsage*. New York : Peter Lang.

Cardon, D., & Granjon, F. (2014). *Médiactivistes*. Paris : Presses de Sciences Po.

Carpentier, N. (2011). *Media and Participation. A site of ideological-democratic struggle*. Bristol: Intellect.

Granjon, F. (2001). *L'Internet militant. Mouvement social et usages des réseaux télématiques*. Rennes: Apogées.

La bibliographie extensive sera détaillée au cours des séances.

Macintosh A, & Smith E. (2002). Citizen Participation in Public Affairs. In Traunmuller R & Lenk K (Eds.), *Electronic Government* (pp. 256–264). Aix-en-Provence: Springer.

Pateman, C. (1970). *Participation and Democratic Theory*. Cambridge : Cambridge University Press.

Sintomer, Y., Bacqué, M.-H. (2011). *La démocratie participative : Histoire et*

généalogie. Paris : Editions La Découverte.