

COMU2106 - Stratégie de la communication numérique [1 Q. • 30 Th. • 5 crédits]

Professeur

Etienne Gonsette

Objectifs

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 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.

Contenu

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. 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... L’internaute n’est désormais plus une cible fixe calée derrière son ordinateur. - la panoplie des médias sociaux et collaboratifs : les sites, les blogs, les messageries instantanées, la vidéoconférence, les réseaux socionumériques, 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, 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. 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.

Plan de cours :

1. Introduction et définition du champs du cours
 - Enjeux du cours : présentation, plan du cours et modes d'évaluation
 - Changement de paradigme stratégique : fin de l'évolution homéostatique
2. Introduction aux phénomènes de disruption
 - Analyses de secteurs en voie de disruption
 - Transformations numériques et change management
 - Implications stratégiques en communication interactive
3. Modélisation écosystémique
 - Définition et principe d'action
 - Le Golden Circle
 - Ecosystème de l'enseigne : son ADN
4. La fin du marketing de masse
 - De l'empathie à la considération
 - De la connaissance à l'algorithmique (en passant par l'expertise)
5. Archétypes sectoriels et suivis de parcours client. Point de vue stratégique.
 - Archétypes liés aux secteurs et intensité concurrentielles
 - Archétypes liés à la réputation et à l'expérience
6. Stratégie de contenu collaboratif : une cohabitation illusoire
 - Intégration de la logique collaborative dans un plan de communication digital
 - Spécificités du contenu digital et asymétrie inversée des flux de contenus interactifs et collaboratifs
7. Stratégie media dans un contexte de marketing 4.0.
 - Omni channel media strategies
 - Stratégie de communication collaborative et participative
 - Mesures de l'efficacité, SEM, Paid search (SEO, SEA, SMO, RTB, ...), optimization et targeting.
8. Stratégie data et suivi des données issues de la communication interactive
 - Particularisme digital (instantanéité et souplesse adaptative)
 - Gestion des outils statistiques (mesure qualitative, quantitative et comportementale)
9. Monitoring des projets étudiants
 - Suivi(s) de l'évolution des travaux personnels
 - Analyse de cas et vision stratégique : présentation et correction lors du cours.

Dispositif

Outre des séances de cours ex cathedra, l'UE prévoit des moments d'analyse collective de cas concrets amenés par l'enseignant. 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.

Evaluation

A. Evaluation pour la première session

- Un travail individuel écrit qui sera noté selon un ensemble de critères tels que : respect des consignes de départ, qualité de la forme, briefing, benchmark, définition de la cible, ... (détails cours 1)
- La note sera confirmée à la hausse ou à la baisse en fonction de la défense orale du travail écrit (capacité de répondre à des questions sur des points précis issus des différents critères d'évaluation) avec un maximum de 5 points à la hausse ou à la baisse.
- Echancier
 - Date : session d'examens S1. Date précise à convenir
 - Où : présentation à l'USLB en présentiel en fonction de l'évolution de la période Covid.
 - Dans le cas où la présence n'est pas possible pour des raisons sanitaires (Covid), l'examen oral se déroulera en remote via la plateforme Teams de Microsoft (Equipe Ecosytemic)

B. Evaluation pour la seconde session

- En cas d'échec à la note finale dû à la défense orale, l'étudiant doit représenter une défense orale et peut remettre un nouveau travail.
- Pour toute autre situation, l'étudiant doit représenter à la fois l'écrit et l'oral
- Echancier
 - Date : session d'examens S1. Date précise à convenir
 - Où : présentation à l'USLB en présentiel en fonction de l'évolution de la période Covid.
 - Dans le cas où la présence n'est pas possible pour des raisons sanitaires (Covid), l'examen oral se déroulera en remote via la plateforme Teams de Microsoft (Equipe Ecosytemic)

C. Critères de réussite

- 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 de mettre en place un plan d'action cohérent, mesurable et évolutif.
- Critères quantitatifs :

- Examen oral : 10/20 étant la note minimum requise pour valider la réussite de l'étudiant à cette épreuve sur base du travail écrit remis par l'étudiant pour la défense lors de l'oral.
- La qualité de la rédaction d'un article rédigé par l'étudiant pourra constituer un bonus de maximum 1 point ajouté à la note de l'oral.

Bibliographie

A. Centrée sur l'outil et le champ digital

1. Dru J.-M. (1997). Disruption. Paris. Village mondial Editions.
2. Daniel Bounoux (2001). Introduction aux sciences de la communication. La Découverte
3. Sun Tzu. (2008). L'Art de la Guerre. Paris. Flammarion Editions.
4. Sinek, S. (2009). Commencer par le pourquoi. Québec. Performance Editions.
5. Dominique Wolton (2009). Informer n'est pas communiquer. Paris. Editions CNRS
6. Pisani F.- Piotet D. (2011) Comment le Web change le monde. Paris. Pearson Editions.
7. Deschamps C. – Moinet N. (2011). L'intelligence économique. Paris. Dunod Editions.
8. Sillard B. (2011). Maîtres ou esclaves du numérique ? France. Eyrolles Editions.
9. Jamet, T (2012). Ren@issance mythologique : L'imaginaire et les mythes à l'ère digitale. Paris. François Bourin Editeur
10. Jarvis J. (2012). La méthode Google. Paris. Pocket Editions.
11. Lewi G. (2012). Les nouveaux Bovary. Paris. Pearson Editions.
12. Eloi L. (2012). Economie de la confiance. Paris. La Découverte Editions.
13. Gilles Babinet (2016). Transformation digitale. Le Passeur Editeur.
14. Dr Laurent Alexandre (2017). La Guerre des Intelligences. Paris. JC Lattès
15. Klaus Schwab (2017). La quatrième révolution industrielle. Paris. Dunod.
16. Julien Hirth (2017). Le data marketing. Paris. Eyrolles.
17. Philippe Kotler. (2017). Marketing 4.0. Belgique. De Boek Editions.
18. Stéphane Mallard (2018). DISRUPTION. Paris. Dunod.

B. 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.

C. 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 influant 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)

Supports

- Slides et notes sur Moodle(option)
- Supports multimédias
- Analyse d'articles thématiques :
- Références sur le web : voir bibliographie

Langues

Français

COMU2107 - Méthodologie et architecture de la communication numérique [2 Q. • 45 Th. • 8 crédits]

Professeur

Sébastien Nahon

Objectifs

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

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

Dispositif

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 abordés 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

Evaluation

? 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

COMU2110 - Nouvelles dynamiques de travail dans l'organisation connectée [1 Q. • 30 Th. • 5 crédits]

Professeurs

Isabelle Choquet, Jacques Folon

Objectifs

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

Le développement des réseaux socionumériques 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 socionumériques 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

Dispositif

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

Evaluation

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.

COMU2111 - Gestion de projets [2 Q. • 30 Th. • 5 crédits]

Professeur

Bertrand Verlaine

Objectifs

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 numériques 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 numérique

Acquis d'apprentissage

1. Conseiller les organes de décision d'une organisation sur les matières qui touchent à la communication numérique (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 numérique (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 numérique.

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 numérique ; 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.

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

3. Les compétences système organisationnel : S'inscrire dans un contexte socio-organisationnel, être orienté clients internes et externes

Contenu

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 et de la communication digitale.

Être responsables de projets de communication interactive et collaborative demande la connaissance et la maîtrise des points suivants :

- Principes de base de la Gestion de Projet (GP) : définition des besoins, création du cahier des charges, création et gestion du cycle de vie de projets, points critiques, découpe d'un projet, 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 « utilisacteurs », 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 et suivi.
- 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 rentabilité.

Plan de cours

- Séance 1 : Le fil rouge de la gestion de projet
- Séance 2 : La gestion de projet Agile : SCRUM
- Séances suivantes : classe-inversée sous la forme d'un projet agile
- Dernière séance : review complet des livrables par l'enseignant + séance Q/R

Dispositif

Les deux premières séances sont ex-cathedra. Les suivantes seront organisées sous la forme d'une gestion de projets en agile. Les étudiants seront donc acteurs de leur apprentissage.

Supports spécifiques à l'UE

Les slides et les outils se retrouvent ou seront décrits sur Claroline.

Evaluation

Première session

1. Participation obligatoire aux cours

- Vu la nature du cours, la participation aux séances est jugée comme indispensable
- Une feuille de présences sera systématiquement distribuée dès le 2e cours et pour tous les suivants
- Par séance manquée sans raison valable au sens du règlement des études de l'ISFSC, 2 points sur 20 seront retirés de la note finale de l'étudiant pour cette UE
- Par retard de plus de 30 minutes sans motif valable ou départ anticipé sans motif valable, 1 point sur 20 sera retiré de la note finale de l'étudiant pour cette UE

2. Travail durant les séances de classe-inversée

- 5 points sur 20
 - Evaluation des groupes d'étudiants sur base du travail fourni lors des séances de classe-inversée ainsi que sur base de la qualité des livrables fournis
 - Les membres d'un même groupe pourraient avoir des notes différentes !
3. Examen oral sur l'ensemble de la matière
- 15 points sur 20
 - Cas, situations et problèmes à discuter ensemble

Deuxième session

1. Travail durant les séances de classe-inversée : report de note
- 5 points sur 20
 - Evaluation des groupes d'étudiants sur base du travail fourni lors des séances de classe-inversée ainsi que sur base de la qualité des livrables fournis
 - Les membres d'un même groupe pourraient avoir des notes différentes !
2. Examen oral sur l'ensemble de la matière ainsi que la défense d'un travail personnel consistant en l'analyse critique d'un projet fictif sous la forme d'une étude complète de projet
- 15 points sur 20
 - Si le travail personnel n'est pas remis, l'étudiant ne sera pas admis à présenter son examen oral
 - Pour les étudiants dans le cas d'une seconde session, des consignes plus précises seront transmis début juillet

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).

Voir point précédent.

Bibliographie

Voir les slides du cours.

COMU2114 - Fondements et architectures des réseaux informatiques et socio-numériques [2 Q. • 45 Th. • 5 crédits]

Professeur

Bertrand Verlaine

Objectifs

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

Acquis d'apprentissage

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

Contenu

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 socio-numériques 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 socio-numériques, 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 »)

Dispositif

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.

Evaluation

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.

COMU2115 - Stratégies de traitement des données sur Internet [1 Q. • 45 Th. • 5 crédits]

Professeur

Robert Viseur

Objectifs

Compétence 1

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.
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 2

1. Maîtriser les grands principes d'architecture, de fonctionnement et de sécurisation des réseaux informatiques et socio-numériques 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 les 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.

Compétence 4

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.
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

L'essor d'Internet, généralisé sur poste de travail puis sur smartphone,

couplé à l'accroissement des capacités technologiques en matière de traitement de l'information (tracking, big data, machine learning...) a entraîné une explosion du volume de données disponibles. Ce contexte nouveau a décuplé les opportunités d'accès à l'information (p. ex. moteur de recherche) mais aussi de diffusion d'informations auprès de publics prédéfinis (p. ex. publicités ciblées et réseaux sociaux).

L'activité portera sur les concepts suivants :

- le fonctionnement des moteurs de recherche,
- les opérateurs de recherche avancés,
- le référencement de sites web,
- les technologies de tracking,
- la publicité ciblée,
- l'automatisation des réseaux et médias sociaux,
- les outils d'analyse de performances (analytics),
- le big data,
- le machine learning,
- le droit applicable aux données,
- l'open data.

Dispositif

Les activités comporteront :

- des cours ex cathedra éventuellement complétés par des exercices et des travaux encadrés,
- un travail de recherche à domicile,
- un travail de groupe (sur un outil collaboratif).

En cas de passage en distanciel pour des raisons sanitaires, l'enseignement fonctionnera sur le principe de la classe inversée, les séances synchrones étant réservées aux questions / réponses et à la discussion des exercices.

Evaluation

Première session :

L'évaluation est progressive et inclut trois épreuves complémentaires :

- un examen de connaissance (30%) à mi-parcours portant sur un ensemble de concepts préalablement communiqués et présentés dans le support de cours (modalité : examen écrit hors session),
- un travail pratique individuel (20%) portant sur la présentation brève de deux cas pratiques de traitement de données et mobilisant les concepts assimilés (modalité : remise d'un rapport hors session),
- un travail pratique de groupe (50%) mobilisant des outils collaboratifs ainsi que les concepts assimilés et portant sur l'analyse approfondie et la présentation d'un cas pratique de traitement de données (modalité : remise d'un rapport commun et présentation du travail par le groupe en session).

Les 3 épreuves doit être présentées.

Tout travail incomplet, bâclé et/ou non relu est refusé.

Tout travail non remis ou remis hors délais sans justification officielle (p. ex. certificat), est considéré comme non déposé.

L'étudiant se voit alors attribué la note de PP (pas présenté), ce qui entraîne de facto l'échec de l'UE toute entière.

Seconde session :

L'examen de seconde session est un examen écrit.

La matière sur laquelle porte l'évaluation est celle couverte par le support de cours .

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, en particulier lors des activités de groupe, faute de quoi l'étudiant pourra être mis en échec pour l'activité concernée. Les absences justifiées (certificat) n'entrent pas dans ce calcul.

Bibliographie

* Jean Allary & Vincent Balusseau (2018), La publicité à l'heure de la data, Dunod.

* Christophe Brasseur (2016), Enjeux et usages du big data, Lavoisier Hermes.

* Simon Chignard (2012). Open data : comprendre l'ouverture des données publiques. Collection Entreprendre, FYP Editions.

* Pierre Delort (2015), Le Big Data, PUF.

* Fabien Gandon, Catherine Faron-Zucker & Olivier Corby (2012), Le web sémantique - Comment lier les données et les schémas sur le web ?, Dunod.

* Pirmer Lemberger, Marc Batty, Médéric Morel & Jean-Luc Raffaëlli (2016), Big Data et Machine Learning - Les concepts et les outils de la data science, Dunod.

* Véronique Mesguich & Armelle Thomas (2013), Net recherches 2013 - Surveiller le web et trouver l'information utile, De Boeck Supérieur.

* Robert Viseur (2015), Utiliser Wikipédia pour la création d'une base de données biographiques : mise en œuvre et étude des limitations. In Wikipédia, objet scientifique non identifié. Presses universitaires de Paris Ouest.

Supports

Support de cours (PDF) disponible sur Moodle.

Langues

Français.

COMU2201 - Identité numérique et enjeux sociaux [1 Q. • 45 Th. • 5 crédits]

Professeurs

Renaud Maes, Emmanuel Murhula

Objectifs

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.

Prérequis

Aucun

Contenu

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

Dispositif

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

Evaluation

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.

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

COMU2202 - Psycho-anthropologie des médias sociaux et collaboratifs [1 Q. • 30 Th. • 5 crédits]

Professeur

Olivier Servais

Objectifs

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.

Prérequis

Contenu

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 nuançant 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 29 septembre 2018

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

1. INSTALLATION : Méthodologies des approches psycho-anthropologiques de la technologie et contexte des transformations contemporaines (29 septembre 2018)

- Constitution des groupes
- Distribution des thèmes et des lectures
- Esprit du temps: Internet, Hyper communication, Jeux vidéos, joueurs
- Virtualisation
- Mythe d'internet
- Nouvelles sécurisations
- Nouvelles appropriations
- Multi-identification
- Gamification
- Les Jeunes, le virtuel et le ludique
- Multiplicité des pratiques du virtuel ludique
- Ethnographie digitale
- Entretiens en lignes
- Anonymat, pseudo et question
- Contexte

2. CONNEXION : Affordance, performance, et déterminisme de la machine (27 octobre 2018)

- Affordances techniques et sociales
- Big Data et programmation
- Serveurs et techniques
- Game design- Network design
- sécurisation/insécurisation / Contrôle
- Inégalités
- Zonage du monde
- Reontologisation
- Voies de salut : Techno-religions et religions virtuelles

3. RELATIONS : La culture ludique à l'ère (du) numérique (27 octobre 2018)

- 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

4. ASSOCIATION-COMMUNAUTE-GUILDES (8 décembre 2018)

- Présentation N°1 CONNEXION
- Présentation N°2 RELATION
- Présentation N°3 ASSOCIATION
- 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 guilde : gouvernance, économie, symbolique

5. REAPPROPRIATION l'ère du numérique (8 décembre 2018)

- Présentation N°4 RELIGION
- Présentation N°5 REAPPROPRIATION

Dispositif

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 étudiants de thèmes du cours en lien avec des lectures
- 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.

Evaluation

Première session :

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

1. Participation au cours (20%)
2. Présentation + support 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 ; les consignes détaillées seront précisées au cours.

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 sur base d'un portefeuille de lecture. La sélection du thème aura lieu au 2ème cours et les présentations auront lieu le 8 décembre. 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 sous formes de PDF 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 7 jours 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 les textes lus et le lie à un des centres 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 7 JANVIER par mail.

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 les volets présentation et travail final soit réussi. Si un des deux volets est en échec, l'étudiant obtient la note en échec comme note finale. En seconde session, l'étudiant ne doit représenter que le travail qui doit être amélioré sur base des consignes de l'enseignant.

Bibliographie

- 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., *Entre 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

COMU2205 - Théories de la participation et communication [2 Q. • 30 Th. • 5 crédits]

Professeur

Thomas Jacobs

Objectifs

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

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.

Plan de cours

La théorie politique et démocratique

- Théories de la démocratie

- Les approches minimalistes et maximalistes de la participation : accès, interaction, participation

- La légitimation de la participation

La participation citoyenne et la démocratie délibérative

- La participation comme co-décision, redistribution du pouvoir, processus de décision collective (politique, professionnel, économique, associatif) avec contribution active.

- La discussion, les conditions de la délibération et l'espace public
- Le tournant délibératif de la pensée politique et la montée de l'impératif participatif dans l'action publique

La participation électronique institutionnalisée et la gouvernance

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

Les médias et la communication

- 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.
- Lien entre médias et citoyenneté. Médias et délibération. Vision participative des médias : empowerment, réflexivité, autodidaxie, expérimentation, réappropriation de la parole.
- 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.
- La participation en communication organisationnelle : communication engageante. Communication communautaire/ participative : favoriser les interactions, community management.

L'activisme en ligne

- 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. Renouvellement des formes de militantisme et TIC, culture participative et engagement communautaire.
- Les usages activistes des médias sociaux et les ressources des actions collectives en ligne.
- 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.
- 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.

Dispositif

Le cours est organisé sur le modèle de la « classe translaturée » qui invite les étudiants à lire/étudier chez eux chaque semaine, et à leur rythme, la matière relative à la séance qui suivra ou qui les incite à réaliser une recherche documentaire ou un travail préparatoire. Le temps passé en séance pourra dès lors être consacré à l'étude de cas, la modélisation, l'analyse, l'application. L'UE alterne à cette fin des séances assez variées : 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, des cas concrets (amenés par l'enseignant et/ou les étudiants), des mises en lumière des concepts via l'analyse de ressources extérieures (vidéos, textes, documentaires). L'enseignant proposera donc

régulièrement : des tâches-projets, des réalisations concrètes, des mises en situation, des présentations ou prise de parole individuelle/en petit groupe (rapporteur), des mini rapport écrit, des réalisations collectives (cumulatives), une valorisation des productions.

L'enseignement aura recours aux techniques de la pédagogie. Les étudiants seront donc amenés à participer très activement lors des séances et à entrer dans un rôle d'apprenant actif : exposés, synthèses, discussions et évaluations entre pairs. La philosophie de la pédagogie inversée et le mode d'organisation de la classe translatée seront expliqués en détails lors de la première séance et les étudiants sont invités à lire le document explicatif sur Moodle. Les étudiants absents peuvent revoir l'enregistrement du cours sur Moodle et remettre les travaux de l'évaluation continuée via Moodle également.

Evaluation

L'évaluation sera continuée et comporte 7 volets :

Durant les semaines de cours

- 1) L'analyse d'un document (écrit, son ou vidéo) à l'aide d'un lexique/dictionnaire de la participation : 10% de la note globale
- 2) L'application du modèle AIP à un cas : 10% de la note globale
- 3) Le choix du sujet et la remise d'une note d'intention pour le travail final écrit individuel : 10% de la note globale
- 4) La recherche, la lecture et la présentation d'un texte scientifique en rapport avec le travail : 10% de la note globale
- 5) La présentation du travail en cours de réalisation et la critique du travail d'un pair selon un guide : 20% de la note globale (2x10%)
- 6) La remise des données récoltées et de la version finale du travail : 20% de la note globale

Durant la session

- 7) L'élaboration de deux questions d'examen (pédagogie inversée) et la passation d'un examen oral qui évaluera les capacités des étudiants à appliquer les notions vues au cours à leur travail et à des cas puisés dans l'actualité : 20% de la note globale

Les consignes sont explicitées en détails lors de la première séance. Les consignes écrites détaillées sont disponibles sur Moodle après cette séance, tout comme le planning précis des activités et des préparations.

Les étudiants qui devraient représenter l'UE en seconde session devront représenter toute partie pour laquelle ils n'ont pas obtenu l'équivalent d'au moins 10/20.

Bibliographie

La bibliographie extensive sera détaillée au cours des séances. Parmi de nombreuses références, citons :

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.

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.

Langues

Français

COMU2212 - Méthodes de recherche en communication numérique [2 Q. • 30 Th. • 5 crédits]

Professeur

Renaud Maes

Objectifs

Compétence 4 - Mobiliser et produire des connaissances en communication numérique 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 numérique.
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 numérique.

Contenu

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 numérique 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 numérique : 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 (en groupe) de conception et de mise à l'épreuve concrète, à petite échelle, d'un dispositif méthodologique (articulant plusieurs méthodes) en lien avec une question ou une problématique de recherche.
- Travail (individuel) d'approfondissement d'une question, d'un débat, d'un enjeu en lien avec le projet de mémoire ou la problématique étudiée en groupe, 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. / Éléments 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.
- 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 en ligne
- 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.

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.

Dispositif

Étude de cas et exercices en groupe

Construction d'un « portfolio » en groupe

Travail personnel d'approfondissement

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 moodle après chaque séance.

Plusieurs articles seront analysés en cours, ils seront mis en ligne après chaque séance.

Evaluation

L'évaluation se construit sur trois dimensions : la 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 réaliser une série d'exercices d'enquête autour de cette problématique.

L'ensemble (exercices et résultats) constitue le portfolio de groupe

Lors de la séance 10, chaque groupe présente sa production sous forme d'exposé oral, qui est évalué et fait l'objet d'un retour visant à préparer le rapport de groupe.

Par ailleurs, chaque groupe doit remettre un bref travail de 15 à 20 pages comprenant le portfolio, faisant état des résultats obtenus de manière transversale sur l'ensemble des exercices et d'une analyse critique du dispositif (biais, limites, perspectives ouvertes).

Travail individuel

En ce qui concerne le travail individuel, il constitue une proposition de méthodologie de recherche autour d'une problématique et d'une question de recherche choisies par l'étudiant soit dans son projet de mémoire, soit parmi les problématiques explorées par les groupes.

Son travail (de 3 à 5 pages) est structuré comme un article.

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.

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 moodle.

- Mucchielli, A. (2004) Les sciences de l'information et de la communication (5e 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 (4e ed.), Paris, Dunod.

Langues

Français

COMU2217 - Mémoire et séminaire d'accompagnement au mémoire 1 [A. • 18 Th. • 7 crédits]

Professeurs

Laurence Mundschau, Geoffroy Patriarche

Objectifs

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

Le mémoire constitue, avec le stage, un aboutissement de la formation de deuxième cycle. Au travers de son mémoire, l'étudiant-e 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-e 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 étudiant-es 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 ou de la mémorante.

Dispositif

L'UE articule les méthodes d'enseignement suivantes :

- séances de cours magistraux (présentielles ou distancielles selon la situation sanitaire) ;
- discussions (présentielles ou distancielles) sur base des productions personnelles des étudiant-es ; la participation active des étudiant-es y est vivement souhaitée ;

- lecture d'un ouvrage de référence comme support de cours obligatoire (voir la bibliographie).

Moodle est utilisé pour le partage de documents, la remise des travaux et la communication pédagogique avec les étudiant·es.

Deux étapes jalonnent le parcours des étudiant·es dans le cadre de cette UE.

1) Il s'agit de formuler le sujet du mémoire et de confirmer le choix du promoteur ou de la promotrice. Le « formulaire mémoire » est à déposer au plus tôt dans la semaine suivant la rentrée du 2^e quadrimestre (février, date exacte à préciser). Ce formulaire doit être signé par le promoteur ou la promotrice qui marque son accord motivé. Les sujets et les choix de promoteurs·trices sont validés lors du Conseil du master de mars. Le formulaire n'est pas évalué et ne donne donc pas lieu à une note.

2) Les étudiant·es doivent ensuite élaborer et rédiger un projet de recherche qui approfondit une série de choix (théoriques, méthodologiques, éthiques ou autres) liés à leur démarche de recherche. Le projet de recherche doit témoigner d'un avancement significatif dans la recherche. Il est à déposer dans le courant du mois de mai (date exacte à préciser). Le projet de recherche ne peut pas être déposé si le sujet et le choix du promoteur ou de la promotrice n'ont pas été validés en amont (dans ce cas, renvoi en 2^e session).

Evaluation

L'évaluation de l'UE Mémoire et séminaire d'accompagnement au mémoire 1 est effectuée par le promoteur ou la promotrice du mémoire sur base du projet de recherche remis par l'étudiant·e. La grille d'évaluation utilisée par les promoteurs·trices explicite les critères d'évaluation et leurs pondérations respectives. Elle est communiquée aux étudiant·es dans le cadre du séminaire.

La 2^e session se passe comme suit :

- le « formulaire mémoire » est à déposer en mai (date exacte à préciser) en vue d'une validation par le Conseil de master de mai. Si le « formulaire mémoire » n'est pas validé, l'étudiant·e ne peut pas déposer de projet de recherche en août. L'UE est donc en échec.
- le projet de recherche est à déposer au début de la deuxième session (date en août à préciser). Il ne peut pas être déposé si le « formulaire mémoire » n'a pas été validé en amont.

Il est attendu des étudiant·es le plus grand respect des règles de citation et de référencement telles que rappelées lors des séances de séminaire, dans le document Référencement des sources, citation et non-plagiat (disponible sur Moodle), et dans le Code déontologique réglementant la rédaction de travaux scientifiques tel qu'annexé aux dispositions d'exécution du règlement général des études et des examens pour le master en Stratégie et analyse de la communication interactive et collaborative. Tout manquement dans l'application de ces règles peut conduire à une sanction académique et/ou disciplinaire conformément au règlement général des études et des examens.

Bibliographie

Lecture obligatoire :

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

Lectures recommandées :

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.

KLEIN Olivier, Quelques conseils et quelques astuces pour réussir sa défense de mémoire, Unité de Psychologie Sociale, Université libre de Bruxelles, non daté. Disponible en ligne à l'adresse <https://cescup.ulb.be/3401-2/> (dernière consultation le 10 septembre 2020).

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.

VAN CAMPENHOUDT Luc, MARQUET Jacques, QUIVY Raymond, Manuel de recherche en sciences sociales, 5ème édition entièrement revue et augmentée, Malakoff, Dunod, 2017.

Langues

Français