

5.00 crédits	45.0 h	Q1
--------------	--------	----



Cette unité d'enseignement n'est pas accessible aux étudiants d'échange !

Enseignants	Rasquinet Olivier ;
Langue d'enseignement	Français
Lieu du cours	Bruxelles Saint-Louis
Préalables	

<p>Méthodes d'enseignement</p>	<p>L'UE met en œuvre deux méthodes d'enseignement :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Présentation des notions théoriques (30h) : dans le cadre du cours magistral, l'enseignant expose les aspects théoriques et méthodologiques de la matière à l'aide d'un support visuel. Ces aspects sont également travaillés à l'aide de cas concrets, à titre d'illustrations ou d'exercices d'application réalisés en séance, et dont l'objectif est de favoriser une appropriation de la matière par les étudiants. 2. Encadrement pour la partie pratique de l'UE (15h) : dans le cadre de la partie pratique de l'UE, les étudiants seront amenés à produire un travail qui témoigne de leur capacité à mobiliser à bon escient les concepts et notions théoriques en rapport avec une stratégie de la communication multimédia, et avec les principes de gestion de projet en communication. Ce travail part d'un cas concret existant et consiste en l'analyse de la communication multimédia existante, la proposition d'amélioration et/ou de création d'un plan de communication multimédia ainsi que la création de campagnes de communication multimédia (mock-up/prototype/simulation). Ce travail sera réalisé en partie pendant certaines séances de cours, avec l'encadrement de l'enseignant (ou sous forme de permanence), et en partie en-dehors des séances de cours.
<p>Contenu</p>	<p>L'UE comprend une partie magistrale et une partie pratique, dont l'objectif sera de pouvoir mobiliser les notions théoriques.</p> <p>La partie magistrale aborde un ensemble de champs et notions en rapport avec la communication multimédia et les spécificités des technologies du web. Cette partie propose notamment une approche des éléments suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Stratégie de communication multimédia : analyse de l'émetteur et définition de ses besoins ; analyse du public cible et de ses attentes ; élaboration de la stratégie et du plan de communication crossmédia ou transmédia ; • Marketing digital : Analyse SWOT des réseaux sociaux ; définition des personae ; définition d'objectifs « SMART » et des KPI (Key Performance Indicator) ; concept de « parcours client » ; • Technologie du web : introduction à l'architecture des réseaux informatiques et socionumériques ; introduction au traitement des données ; caractéristiques technologiques, sémio-pragmatique et socioculturelles des dispositifs de communication, plus particulièrement ceux du web ; scénarisation, design et ergonomie de la

Programmes / formations proposant cette unité d'enseignement (UE)				
Intitulé du programme	Sigle	Crédits	Prérequis	Acquis d'apprentissage
Bachelier en information et communication	COMB1BA	5	BCOMU1310	
Bachelier en information et communication (français-anglais)	COAB1BA	5	BCOMU1310	