

Mastère Spécialisé

Recherche en Communication:
Nouveaux Thèmes, Médias et Publics



Mastère Spécialisé

Recherche en
Communication:
Nouveaux Thèmes,
Médias et Publics

- » Modalité: en ligne
- » Durée: 12 mois
- » Qualification: TECH Université Technologique
- » Intensité: 16h/semaine
- » Horaire: à votre rythme
- » Examens: en ligne

Accès au site web: www.techtute.com/fr/journalisme-communication/master/master-recherche-communication-nouveaux-themes-medias-publics

Sommaire

01

Présentation

page 4

02

Objectifs

page 8

03

Compétences

page 12

04

Direction de la formation

page 16

05

Structure et contenu

page 20

06

Méthodologie

page 32

07

Diplôme

page 40

01

Présentation

L'une des principales faiblesses diagnostiquées dans le monde de la recherche en Communication est le manque de formation spécifique de nombreux professionnels dans ce domaine. Les modes traditionnels des médias classiques, tels que la télévision et le cinéma, ont été complétés par les variantes de nouvelles formes de consommation et de communication: Netflix, HBO et Amazon Prime. Ce programme forme le participant aux phases qui doivent être couvertes afin de générer un projet de recherche réalisable et solide. Vous apprendrez à distinguer l'approche correcte, en fonction des objectifs poursuivis dans le projet, à distinguer les outils appropriés pour la collecte d'informations et leur diffusion finale.



PGMA PGM 100TV

Présentation | 05 **tech**



“

Apprenez à développer un projet de recherche complet et bien fondé en communication, en incorporant les outils appropriés aux modèles traditionnels et aux nouveaux paradigmes"

La recherche, en sciences de la communication, a ses propres protocoles; apprenez à discriminer la bonne approche en fonction des objectifs poursuivis dans le projet et maîtrisez les outils appropriés pour son développement.

Ce Mastère Spécialisé développera méthodiquement tous les aspects du travail de recherche. Les manières traditionnelles de faire de la recherche sur des supports déjà sédimentés comme la Télévision et le Cinéma seront abordées avec un ajout nouveau et puissant. Le modèle de communication et ses représentations les plus réussies seront abordés: Netflix, HBO et Amazon Prime pour comprendre les nouveaux codes de communication et les nouvelles formes de consommation.

Cependant, à "l'Ère de l'information", si l'on n'a pas développé de compétences numériques, d'esprit critique et de gestion de l'information, il existe des vérités ambiguës, des spéculations et des opinions non fondées qui sont répétées sans vérification approfondie. Pour cette raison, les algorithmes de base qui protègent contre le phénomène des *Fake news* seront abordés.

Lorsqu'on étudie la communication, il est essentiel d'identifier l'évolution des médias et les codes utilisés dans chacun d'eux. Facebook, Instagram, Twitter, Youtube s'imposent comme les nouveaux espaces où la société interagit. En tant qu'élément nouveau, TECH a ajouté des compétences de leadership réfléchi, avec des stratégies à suivre afin d'identifier les opportunités de changement, d'action et de visibilité de ce qui a été réalisé.

Toutes ces connaissances seront matérialisées dans un projet de recherche et son approche, avec une solidité théorique et une rigueur scientifique, sera le produit final de ce programme. Ce projet sera accompagné et supervisé par des experts qui trouveront dans les appels actuels l'espace parfait pour l'application du projet.

Ce **Mastère Spécialisé en Recherche en Communication: Nouveaux Thèmes, Médias et Publics** contient le programme éducatifs le plus complet et le plus actuel du marché. Ses principales caractéristiques sont:

- ♦ Dernières technologies en matière de softwares d'enseignement en ligne
- ♦ Un système d'enseignement intensément visuel, soutenu par un contenu graphique et schématique facilitant la compréhension et l'assimilation
- ♦ Développement d'études de cas présentées par des experts actifs
- ♦ Systèmes vidéo interactifs de pointe
- ♦ Enseignement basé sur la télépratique
- ♦ Systèmes de mise à jour et de recyclage continus
- ♦ Apprentissage auto-adaptatif : compatibilité totale avec d'autres professions
- ♦ Exercices pratiques pour l'auto-évaluation et la vérification de l'apprentissage
- ♦ Des groupes de soutien et synergies éducatives: questions à l'expert, forums de discussion et de connaissances
- ♦ Communication avec l'enseignant et travail de réflexion individuel
- ♦ Disponibilité des contenus à partir de tout appareil fixe ou portable doté d'une connexion internet
- ♦ Banques de documents justificatifs disponibles en permanence, y compris après le programme



Développez vos compétences en matière de recherche et apprenez à identifier les nœuds thématiques et les problèmes dans les environnements quotidiens"

“

Un apprentissage contextualisé et réel qui vous permettra de mettre en pratique votre apprentissage à travers de nouvelles aptitudes et compétences”

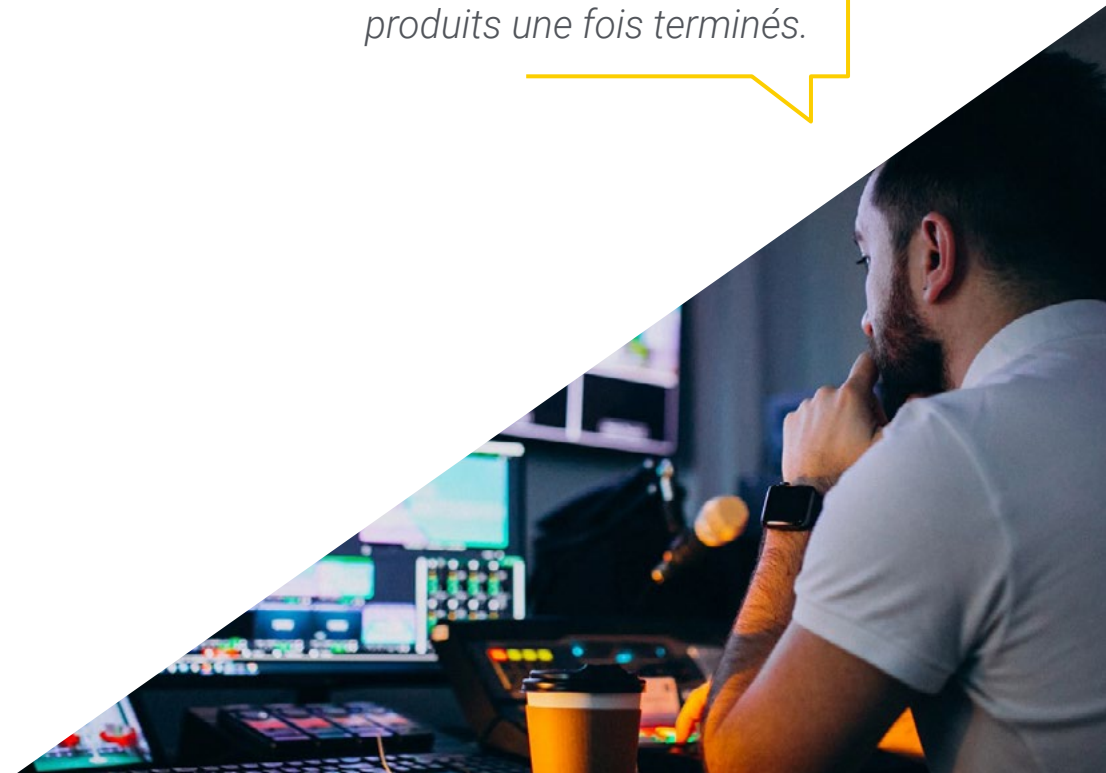
Notre personnel enseignant est composé de professionnels en activité. De cette façon, il garantit que l'objectif d'actualisation de l'éducation est atteint. Un cadre multidisciplinaire d'enseignants qualifiés et expérimentés dans différents environnements développera les connaissances théoriques de manière efficace, mais surtout, ils mettront au service du cours les connaissances pratiques issues de leur propre expérience; une des qualités différentielles de cette formation.

Cette maîtrise du sujet est complétée par l'efficacité de la conception méthodologique de ce Mastère Spécialisé. Développé par une équipe multidisciplinaire d'experts en *e-learning*, il intègre les dernières avancées en matière de technologie éducative. Ainsi, vous pourrez étudier avec une gamme d'outils multimédias pratiques et polyvalents qui vous donneront l'opérabilité dont vous avez besoin dans votre formation.

La conception de ce programme est centré sur l'Apprentissage Par les Problèmes: une approche qui conçoit l'apprentissage comme un processus éminemment pratique. Pour y parvenir à distance, nous en utilisant des la télépratique: à l'aide d'un innovant système de vidéos interactives et en *Learning from an Expert* pourra serez en mesure d'acquérir les connaissances comme si vous étiez confronté à l'hypothèse que vous apprenez à ce moment-là. Un concept qui permet d'intégrer et de fixer votre apprentissage de manière plus réaliste et permanente.

Les sujets abordés et les médias à étudier sont ceux qui dominent le scénario de la communication aujourd'hui: Internet et tous ses supports associés.

Un programme pratique et réel qui vous donnera les outils nécessaires pour diffuser et rendre visibles vos produits une fois terminés.



02

Objectifs

Notre objectif de TECH est de former des professionnels hautement qualifiés pour une expérience professionnelle. Un objectif qui se complète ailleurs, de manière globale, avec la promotion du développement humain qui jette les bases d'une société meilleure. Cet objectif se concrétise en aidant les professionnels de la Communication à atteindre un niveau de compétence et de maîtrise bien plus élevé. Un objectif qui, en six mois seulement, peut être atteint grâce à un cours de haute intensité et de précision.





“

Au cours du Mastère Spécialisé, vous acquerez la capacité d'identifier les situations problématiques et les opportunités de recherche et de les aborder de manière professionnelle avec les outils appropriés"



Objectifs généraux

- ♦ Définir un problème de recherche
- ♦ Développer un cadre contextuel
- ♦ Construire et valider des modèles
- ♦ Créer et valider les instruments de collecte de données
- ♦ Maîtriser les techniques d'analyse des données
- ♦ Structurer un article scientifique
- ♦ Maîtriser la rédaction scientifique
- ♦ Avoir la capacité de participer à une réunion scientifique et de rendre les résultats visibles
- ♦ Développer des compétences en matière de gestion de l'information, de pensée critique et de résolution de problèmes

“

Développer les compétences de communication et l'échafaudage formel pour diffuser et rendre visibles des productions de qualité dans des scénarios sociaux et académiques de plus grande envergure”





Objectifs spécifiques

Module 1. Méthodologie de recherche: perspectives et paradigmes

- ♦ Distinguer les différentes méthodologies et approches de la recherche et être capable de choisir la plus appropriée pour votre projet de recherche
- ♦ Choisir la méthodologie appropriée en fonction de la nature de la recherche entreprise

Module 2. Recherche appliquée au cinéma, à la télévision et aux nouveaux médias (Netflix, HBO, Amazon Prime)

- ♦ Identifier les nouveaux champs de recherche dans le domaine de la communication et leurs possibilités de travail de recherche
- ♦ Sélectionnez le domaine de recherche pertinent pour la visibilité de votre recherche, ainsi que pour sa validité

Module 3. Éthique et Prise de décision pour les communicateurs

- ♦ Évaluer les éléments éthiques associés au processus de communication
- ♦ Discriminer l'importance de l'application des principes éthiques fondamentaux dans le monde contemporain

Module 4. Le pouvoir de l'opinion et la crise de la communication

- ♦ Distinguer les particularités du processus de communication dans le monde contemporain et les éléments qui nuisent à la véracité de chaque fait informatif
- ♦ Distinguer les informations véridiques des informations manipulées

Module 5. Les environnements numériques et le processus de communication

- ♦ Découvrir dans les nouveaux moyens de communication des opportunités pour la recherche et la communication et pour la visibilité des produits générés
- ♦ Distinguer les capacités et le potentiel des nouveaux médias les plus courants pour générer des relations fructueuses avec leur environnement socioculturel

Module 6. Les dernières recherches en matière de communication

- ♦ Comprendre les nouveaux moyens de communication et la complexité de leur construction
- ♦ Connaître et appliquer les critères nécessaires pour les positionner positivement

Module 7. Les nouveaux moyens de communication au XXIe siècle

- ♦ Discriminer les nouveaux scénarios de communication et leurs codes afin d'y intervenir en tant qu'objet d'étude et contexte d'action
- ♦ Assumer l'importance et la validité incontestable des nouveaux médias et espaces de communication

Module 8. La recherche et sa diffusion

- ♦ Découvrir les différents scénarios et opportunités pour la visibilité de la recherche en communication
- ♦ Profiter des espaces les plus appropriés pour la diffusion de leurs recherches, en les distinguant de ceux qui sont moins efficaces

Module 9. Le leader Réflexif en communication: identifier les problèmes

- ♦ Renforcer les compétences en matière de résolution de problèmes en tant que leader réfléchi et tirer parti des possibilités offertes par la recherche en communication
- ♦ Développer des stratégies pour résoudre des situations problématiques

Module 10. Projet final

- ♦ Mettez en pratique ce que vous avez appris en concevant et en réalisant un projet de recherche dans le domaine de la communication
- ♦ Identifier les possibilités de recherche et mener à bien un projet en utilisant les outils, théories et méthodologies appropriés

03

Compétences

La communication est un domaine en constante progression et développement. Cela signifie que ses professionnels doivent être des personnes ayant une réelle passion pour leur travail: le recyclage et la mise à jour constants sont l'une des conditions essentielles pour rester à l'avant-garde, avec qualité. Ce Mastère Spécialisé délivré permettra d'acquérir les compétences nécessaires à cet égard. Il développera, de manière transversale, trois compétences essentielles: Gestion de l'Information, Pensée Critique et Résolution de Problèmes. Chacun d'entre eux est défini par des niveaux de maîtrise et des indicateurs qui deviennent plus complexes à mesure que le programme progresse. Une approche globale de la formation de haut niveau qui fait la différence.



“

Les compétences nécessaires pour vous placer à l'avant-garde de la communication, dans tous ses domaines, grâce à un développement progressif et intense de vos outils personnels et professionnels”

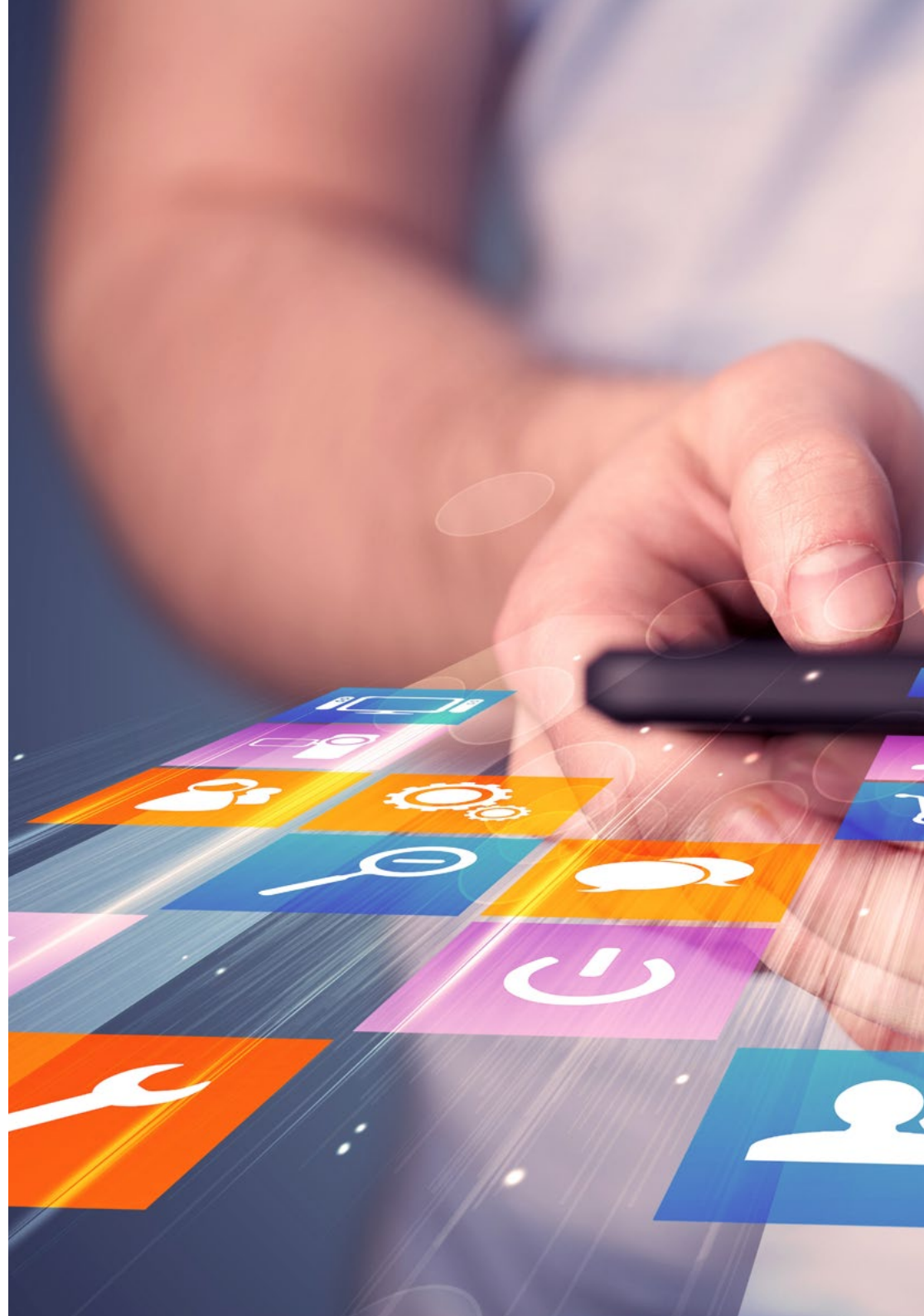


Compétences générales

- Distinguer les principales différences entre les méthodologies de recherche
- Choisir, en fonction de la nature et des caractéristiques de l'objet de l'étude, la méthodologie correcte ainsi que les techniques et instruments appropriés pour la collecte des données
- Identifier les thèmes et sujets émergents
- Avoir la capacité d'insérer leurs recherches dans les lignes de recherche les plus actuelles et les plus valides
- Distinguer les particularités du processus de communication dans le monde contemporain et les éléments qui nuisent à la véracité de chaque fait informatif

“

Une voie de formation et de développement professionnel qui vous propulsera vers une plus grande compétitivité sur le marché du travail”





Compétences spécifiques

- ♦ Distinguer les informations véridiques des informations manipulées
- ♦ Être capable de mettre systématiquement en relation des informations pertinentes, d'origine et de nature variées, pour répondre avec pertinence à des approches diverses par une production intellectuelle rigoureuse et respectueuse du droit d'auteur
- ♦ Évaluer, avec rigueur et méthode, les informations disponibles pour déterminer la solution nouvelle ou le changement le plus approprié
- ♦ Déterminer les fonctionnalités des nouveaux environnements pour le traitement approprié de différents types d'informations
- ♦ Utiliser une sélection d'environnements autodéterminés pour gérer efficacement l'information dans le cadre de leur pratique professionnelle
- ♦ Identifier les possibilités de recherche dans le domaine de la communication
- ♦ Insérer efficacement leurs recherches dans les domaines thématiques émergents
- ♦ Reconnaître l'importance des nouveaux espaces de communication pour comprendre les événements sociaux dans des espaces et des temps différents
- ♦ Réviser et d'actualiser ses connaissances sur les nouveaux espaces de communication, de différents types et d'intérêt pour la compréhension de son environnement
- ♦ Présenter le contenu de leur recherche de manière cohérente et cohésive dans les scénarios appropriés à cet effet
- ♦ Argumenter des idées à travers différents modèles de discours, dans un but précis
- ♦ Promouvoir l'activation consciente des processus mentaux, motivationnels et instrumentaux nécessaires à l'apprentissage et à la performance avec autonomie, tant individuellement qu'en équipe
- ♦ Examiner les stratégies connues pour résoudre le problème et explorer de nouvelles options, en faisant preuve de créativité dans l'articulation des propositions
- ♦ Comprendre la nature du problème et/ou du besoin du contexte de recherche et proposer des actions pour la solution du problème et/ou du besoin de l'environnement
- ♦ Concevoir un plan d'actions et d'objectifs essentiels à la mise en œuvre d'un projet culturel répondant à un besoin du contexte et entreprendre l'exécution du plan conçu avec une attitude proactive par rapport au contexte culturel

04

Direction de la formation

Dans le cadre du concept de qualité totale de notre cours, nous sommes fiers de vous offrir un personnel enseignant du plus haut niveau, choisi pour son expérience avérée dans le domaine de l'éducation. Des professionnels de différents domaines et compétences qui composent un ensemble multidisciplinaire complet. Une occasion unique d'apprendre des meilleurs.



“

Un impressionnant corps enseignant composé de professionnels de différents domaines de compétence, seront vos professeurs pendant votre formation: une occasion unique à ne pas manquer”

Direction



Dr Del Valle Mejías, María Elena

- Docteur en Sciences de l'Éducation
- Experte en *E-learning*, Plateformes et Contenus
- Expert en Design pédagogique basé sur les Compétences



05

Structure et contenu

Le contenu de ce programme a été élaboré par les différents experts de cette formation, avec un objectif clair: veiller à ce que les étudiants acquièrent chacune des compétences nécessaires pour devenir de véritables experts en la matière.

Un programme très complet et bien structuré qui permettra d'atteindre les plus hauts standards de qualité et de réussite.





“

Un programme d'enseignement très complet, structuré en unités didactiques très développées, orienté vers un apprentissage compatible avec votre vie personnelle et professionnelle"

Module 1. Méthodologie de recherche: perspectives et paradigmes

- 1.1. Qu'est-ce que la recherche?
 - 1.1.1. Concept
 - 1.1.2. Caractéristiques
 - 1.1.3. Types
 - 1.1.4. Différences
- 1.2. Phases de la recherche scientifique
 - 1.2.1. Concept
 - 1.2.2. Les processus impliqués dans chaque
 - 1.2.3. Outils pour chaque phase
 - 1.2.4. Analyse d'exemples
- 1.3. Paradigmes de recherche
 - 1.3.1. Positiviste
 - 1.3.2. Constructiviste
 - 1.3.3. Sociocritique
 - 1.3.4. Interprétation
- 1.4. Recherche qualitative
 - 1.4.1. Concept
 - 1.4.2. Caractéristiques
 - 1.4.3. Outils et instruments
 - 1.4.4. Différences avec d'autres approches
- 1.5. Recherche quantitative
 - 1.5.1. Concept
 - 1.5.2. Caractéristiques
 - 1.5.3. Outils et instruments
 - 1.5.4. Explication et causalité
- 1.6. Enquête
 - 1.6.1. Concept
 - 1.6.2. Caractéristiques
 - 1.6.3. Types
 - 1.6.4. Construction d'instruments



- 1.7. Le questionnaire
 - 1.7.1. Concept
 - 1.7.2. Caractéristiques
 - 1.7.3. Types
 - 1.7.4. Construction d'instruments
- 1.8. Développement d'instruments
 - 1.8.1. Dimensions
 - 1.8.2. Indicateurs
 - 1.8.3. Composants de base
 - 1.8.4. Validation
- 1.9. Entretien en profondeur
 - 1.9.1. Concept
 - 1.9.2. Caractéristiques
 - 1.9.3. Types
 - 1.9.4. Construction d'instruments
- 1.10. *Focus Group*
 - 1.10.1. Définition
 - 1.10.2. Script de questions
 - 1.10.3. Types
 - 1.10.4. Conception

Module 2. Recherche appliquée au cinéma, à la télévision et aux nouveaux médias (Netflix, HBO, Amazon Prime)

- 2.1. Recherche audiovisuelle
 - 2.1.1. Observation
 - 2.1.2. Ethnographie
 - 2.1.3. Langage audiovisuel
- 2.2. Lignes de recherche
 - 2.2.1. Esthétique et représentations sociales
 - 2.2.2. Faits et fiction
 - 2.2.3. Gestion de la culture audiovisuelle
 - 2.2.4. Expressions et diversité culturelles

- 2.3. Récit transmédia
 - 2.3.1. Concept
 - 2.3.2. Caractéristiques
 - 2.3.3. Principes de base
 - 2.3.4. Les défis de la narration transmédia
- 2.4. Nouvelles formes de consommation de l'information
 - 2.4.1. Technologies conscientes
 - 2.4.2. Applications "espionnes"
 - 2.4.3. Identité numérique
 - 2.4.4. Internet des objets
- 2.5. Théories de la communication transmédia
 - 2.5.1. Origine
 - 2.5.2. *Branding*
 - 2.5.3. *Merchandising*
 - 2.5.4. *Storytelling*
- 2.6. Changement culturel et nouveaux médias
 - 2.6.1. Changement culturel/changement des médias
 - 2.6.2. Portails, moteurs de recherche et annuaires
 - 2.6.3. Médias participatifs
 - 2.6.4. Contre-culture et culture numérique
- 2.7. Audiences. Changements dans les habitudes de consommation
 - 2.7.1. Description
 - 2.7.2. Classification
 - 2.7.3. Consommation d'informations
 - 2.7.4. Analyse de la consommation d'informations
- 2.8. Médiamorphyse
 - 2.8.1. Comment le secteur évolue-t-il?
 - 2.8.2. Évolution-Involution
 - 2.8.3. 1ère, 2ème et 3ème médiamorphyse
 - 2.8.4. L'instantanéité des médias

- 2.9. Analyse comparative dans les *Mass Media*
 - 2.9.1. Interaction
 - 2.9.2. Utilité
 - 2.9.3. Supports
 - 2.9.4. Public cible
- 2.10. Technologie et changement social
 - 2.10.1. Concepts
 - 2.10.2. Caractéristiques
 - 2.10.3. De Gutenberg à Facebook
 - 2.10.4. Déterminisme technologique

Module 3. Éthique et Prise de décision pour les communicateurs

- 3.1. Éthique
 - 3.1.1. Concept
 - 3.1.2. Objet de l'éthique
 - 3.1.3. Valeurs de l'éthique
 - 3.1.4. Éthique et moralité
- 3.2. L'éthique du communicateur
 - 3.2.1. Responsabilités professionnelles
 - 3.2.2. Véracité
 - 3.2.3. Objectivité
 - 3.2.4. Secret professionnel et respect de la vie privée
- 3.3. Prise de décision
 - 3.3.1. Concept
 - 3.3.2. Les processus impliqués
 - 3.3.3. Types de décisions
 - 3.3.4. Exigences en matière de prise de décision
- 3.4. Les dilemmes éthiques dans la communication contemporaine
 - 3.4.1. *Cyberbullying*
 - 3.4.2. Limites de l'information
 - 3.4.3. Plagiat
 - 3.4.4. Minorités et discrimination

- 3.5. Risques et opportunités du raisonnement éthique
 - 3.5.1. Origine
 - 3.5.2. Conséquences
 - 3.5.3. Principaux scénarios
 - 3.5.4. Études de cas
- 3.6. Argumentation et éthique
 - 3.6.1. Concept
 - 3.6.2. Caractéristiques
 - 3.6.3. Éléments d'argumentation
 - 3.6.4. Stratégies d'argumentation
- 3.7. Micro-communication et éthique
 - 3.7.1. Origine
 - 3.7.2. Conséquences
 - 3.7.3. Principaux scénarios
 - 3.7.4. Études de cas
- 3.8. Les *Stakeholders* de la communication
 - 3.8.1. Concept
 - 3.8.2. *Stakeholders* primaires
 - 3.8.3. *Stakeholders* secondaires
 - 3.8.4. Théorie de *Stakeholders*
- 3.9. Intégrer l'éthique dans la prise de décision
 - 3.9.1. Règles et principes de prise de décision
 - 3.9.2. Processus de décision
 - 3.9.3. Facteurs influençant la prise de décision
 - 3.9.4. Critères pour les décisions éthiques
- 3.10. Les défis de l'éthique contemporaine
 - 3.10.1. Éthique et diversité
 - 3.10.2. Éthique et liberté humaine
 - 3.10.3. Éthique et valeurs
 - 3.10.4. L'éthique, la fin et les moyens



facebook®

Module 4. Le pouvoir de l'opinion et la crise de la communication

- 4.1. Le concept d'opinion
 - 4.1.1. Éléments
 - 4.1.2. Concepts connexes
 - 4.1.3. Opinion et tendances
 - 4.1.4. Analyse d'un avis
- 4.2. Opinion vs. Spéculation
 - 4.2.1. Éléments
 - 4.2.2. Concepts connexes
 - 4.2.3. Opinion et tendances
 - 4.2.4. Études de cas
- 4.3. Base de l'opinion
 - 4.3.1. Base Psychologiques de l'opinion
 - 4.3.2. Comment se forme l'opinion?
 - 4.3.3. Exemples d'opinions
 - 4.3.4. Cadre normatif de l'opinion
- 4.4. Le discours dans la communication
 - 4.4.1. Concept
 - 4.4.2. Éléments du discours
 - 4.4.3. Discours et médias
 - 4.4.4. Discours et contexte
- 4.5. Opinion et minorités
 - 4.5.1. Concept
 - 4.5.2. Gestion politique de l'opinion
 - 4.5.3. L'opinion et le genre
 - 4.5.4. Opinion et opinion publique
- 4.6. Vérité et post-vérité
 - 4.6.1. Concepts
 - 4.6.2. Caractéristiques
 - 4.6.3. Contexte dans lequel émerge la post-vérité
 - 4.6.4. Post-vérité et idéologie

- 4.7. Crise de la communication
 - 4.7.1. Concept
 - 4.7.2. Causes
 - 4.7.3. Conséquences
 - 4.7.4. Comment y faire face?
- 4.8. Démocratie de la connaissance ou standardisation de l'ignorance?
 - 4.8.1. Concepts de base
 - 4.8.2. Espaces de connaissances
 - 4.8.3. Les niveaux de connaissance dans la société contemporaine
 - 4.8.4. Engagements à prendre
- 4.9. Réaction et action face à la crise de la communication
 - 4.9.1. Actions proactives
 - 4.9.2. Actions réactives
- 4.10. Autorités et référents
 - 4.10.1. Concepts
 - 4.10.2. Base de l'autorité
 - 4.10.3. Caractéristiques
 - 4.10.4. Critères d'évaluation

Module 5. Environnements numériques et le processus de communication

- 5.1. Les environnements numériques et la nouvelle architecture de l'information
 - 5.1.1. Concepts de base
 - 5.1.2. Caractéristiques
 - 5.1.3. Ressources
 - 5.1.4. Importance des environnements numériques
- 5.2. Les possibilités de communication dans les environnements numériques
 - 5.2.1. Avantages
 - 5.2.2. Inconvénients
 - 5.2.3. Utilisation des environnements
 - 5.2.4. Web 2.0
- 5.3. La qualité dans les médias
 - 5.3.1. Caractéristiques
 - 5.3.2. Contexte de chaque média
 - 5.3.3. Utilisation de la langue
 - 5.3.4. Structure de chaque média
- 5.4. Les classements dans les environnements numériques
 - 5.4.1. Carte des produits
 - 5.4.2. Organisations de contrôle
 - 5.4.3. Critères d'évaluation
 - 5.4.4. Normes de qualité
- 5.5. SEO et qualité du contenu
 - 5.5.1. Concept
 - 5.5.2. Caractéristiques
 - 5.5.3. Stratégies
 - 5.5.4. Génération de contenu de qualité
- 5.6. Les algorithmes de Google. Fonctionnement et caractéristiques
 - 5.6.1. Penguin
 - 5.6.2. Panda
 - 5.6.3. Pigeon
 - 5.6.4. Colibri
- 5.7. Cycle de vie des productions dans les environnements numériques
 - 5.7.1. Médias temporels
 - 5.7.2. Identifier le cycle
 - 5.7.3. Écologie culturelle
 - 5.7.4. L'omniprésence de l'information
- 5.8. Modèles d'entreprise dans les environnements numériques
 - 5.8.1. Modèles existants
 - 5.8.2. Caractéristiques de l'environnement
 - 5.8.3. Propositions de valeur
 - 5.8.4. Stratégies efficaces
- 5.9. Les Success Stories

Module 6. Les dernières recherches en matière de communication

- 6.1. La Communication au 21ème siècle
 - 6.1.1. Contexte
 - 6.1.2. Caractéristiques
 - 6.1.3. Les défis de la communication au XXIe siècle
 - 6.1.4. Les menaces de la communication au 21ème siècle
- 6.2. Tendances générales
 - 6.2.1. *Un Fast Content pour Fast users*
 - 6.2.2. Le Mobile: le nouvel espace d'interaction
 - 6.2.3. Les Applications comme support
 - 6.2.4. Podcast: une autre façon de communiquer
- 6.3. Rétrospective historique de la recherche en communication
 - 6.3.1. Origines
 - 6.3.2. Représentants
 - 6.3.3. Écoles et tendances
 - 6.3.4. Contributions
- 6.4. Nouveaux numéros. Nouvelles théories
 - 6.4.1. Théories normatives
 - 6.4.2. Classifications
 - 6.4.3. Théorie autoritaire
 - 6.4.4. La théorie libérale
- 6.5. Recherche en communication dans Maps
 - 6.5.1. Classification par axes de recherche
 - 6.5.2. Représentants des pays
 - 6.5.3. Principaux groupes
 - 6.5.4. Principaux produits
- 6.6. Les dernières recherches en matière de publicité
 - 6.6.1. Recherche socio-économique et sujets connexes
 - 6.6.2. Recherche de messages
 - 6.6.3. Recherche sur les médias et l'audience
 - 6.6.4. Comparaison

- 6.7. L'état de l'art de la recherche sur les médias
 - 6.7.1. Le public en tant que sujet
 - 6.7.2. Agences de publicité
 - 6.7.3. Agences médias
 - 6.7.4. Consultants et conseillers
- 6.8. Les dernières recherches en matière de relations publiques
 - 6.8.1. Organisations et communication
 - 6.8.2. Recherche introspective
 - 6.8.3. Recherche appliquée
 - 6.8.4. Recherche stratégique
- 6.9. Références en matière de recherche. Acteurs
 - 6.9.1. Qui sont-ils?
 - 6.9.2. Où sont-ils?
 - 6.9.3. Que font-ils?
 - 6.9.4. Quelles sont leurs contributions?
- 6.10. Références en matière de recherche. Projets
 - 6.10.1. Qui sont-ils?
 - 6.10.2. Où sont-ils?
 - 6.10.3. Que font-ils?
 - 6.10.4. Quelles sont leurs contributions?

Module 7. Les nouveaux moyens de communication au XXIe siècle

- 7.1. Facebook
 - 7.1.1. Origine
 - 7.1.2. Caractéristiques
 - 7.1.3. Utilisation de la langue
 - 7.1.4. Structure
- 7.2. Architecture de l'information
 - 7.2.1. Langage
 - 7.2.2. Codes
 - 7.2.3. Images
 - 7.2.4. Hiérarchie du contenu

- 7.3. Instagram
 - 7.3.1. Origine
 - 7.3.2. Caractéristiques
 - 7.3.3. Utilisation de la langue
 - 7.3.4. Structure
- 7.4. Architecture de l'information
 - 7.4.1. Langage
 - 7.4.2. Codes
 - 7.4.3. Images
 - 7.4.4. Hiérarchie du contenu
- 7.5. Twiter
 - 7.5.1. Origine
 - 7.5.2. Caractéristiques
 - 7.5.3. Utilisation de la langue
 - 7.5.4. Structure
- 7.6. Architecture de l'information
 - 7.6.1. Langage
 - 7.6.2. Codes
 - 7.6.3. Images
 - 7.6.4. Hiérarchie du contenu
- 7.7. Youtube
 - 7.7.1. Origine
 - 7.7.2. Caractéristiques
 - 7.7.3. Utilisation de la langue
 - 7.7.4. Structure
- 7.8. Architecture de l'information
 - 7.8.1. Langage
 - 7.8.2. Codes
 - 7.8.3. Images
 - 7.8.4. Hiérarchie du contenu

- 7.9. Linkedin
 - 7.9.1. Origine
 - 7.9.2. Caractéristiques
 - 7.9.3. Utilisation de la langue
 - 7.9.4. Structure
- 7.10. Architecture de l'information
 - 7.10.1. Langage
 - 7.10.2. Codes
 - 7.10.3. Images
 - 7.10.4. Hiérarchie du contenu

Module 8. La recherche et sa diffusion

- 8.1. Publications scientifiques
 - 8.1.1. Concept
 - 8.1.2. Types
 - 8.1.3. Classification
 - 8.1.4. Critères de sélection
- 8.2. Références actuelles dans les publications de communication
 - 8.2.1. Indices
 - 8.2.2. Critères de sélection
- 8.3. La recherche scientifique en communication et son impact sur la scène internationale
 - 8.3.1. Principaux scénarios de recherche
 - 8.3.2. Caractéristiques
 - 8.3.3. Conditions requises
 - 8.3.4. Importance de la projection dans ces scénarios
- 8.4. Techniques et stratégies d'écriture. Comment rédiger des articles scientifiques?
 - 8.4.1. Structure
 - 8.4.2. Sections et paragraphes
 - 8.4.3. Langue académique
 - 8.4.4. Stratégies d'écriture

- 8.5. Comment rendre les résultats de nos recherches visibles et les diffuser?
 - 8.5.1. Scénario
 - 8.5.2. Stratégies de diffusion
 - 8.5.3. Revues de recherche
 - 8.5.4. Événements appropriés pour la diffusion de la recherche
- 8.6. Publications en anglais
 - 8.6.1. Concepts
 - 8.6.2. Caractéristiques
 - 8.6.3. Différences avec les publications non anglo-saxonnes
 - 8.6.4. Comment écrire en vue d'une publication dans des revues de langue anglaise?
- 8.7. Conférences, séminaires et scénarios de diffusion
 - 8.7.1. Concepts
 - 8.7.2. Types
 - 8.7.3. Congrès prédateurs
 - 8.7.4. Comment choisir le bon congrès/séminaire?
- 8.8. Recherche et O.N.G. Fondations, agences et possibilités de financement
 - 8.8.1. Les projets de recherche comme plateforme
 - 8.8.2. Appels à propositions par axe de recherche
 - 8.8.3. Financement et diffusion: faire d'une pierre deux coups
 - 8.8.4. Les principales agences et leur fonctionnement
- 8.9. Argumenter pour convaincre dans la recherche scientifique
 - 8.9.1. Qu'est-ce que l'argumentation?
 - 8.9.2. Écrire et argumenter pour la publication
 - 8.9.3. Validité et pertinence de l'argumentation
 - 8.9.4. Physionomie d'un article de recherche scientifique
- 8.10. L'article de recherche. Structure et variantes
 - 8.10.1. Concepts
 - 8.10.2. Structure
 - 8.10.3. Langage
 - 8.10.4. Analyse d'exemples

Module 9. Le leader Réflexif en communication: identifier les problèmes

- 9.1. Le leader réflexif en communication
 - 9.1.1. Concepts
 - 9.1.2. Caractéristiques
 - 9.1.3. Fonctions
 - 9.1.4. Importance
- 9.2. Le leader réflexif en recherche
 - 9.2.1. Concepts
 - 9.2.2. Caractéristiques
 - 9.2.3. Fonctions
 - 9.2.4. Importance
- 9.3. Le leadership réflexif en tant que compétence
 - 9.3.1. Définition
 - 9.3.2. Importance
 - 9.3.3. Niveaux de maîtrise
 - 9.3.4. indicateurs de performance
- 9.4. Gestion d'équipes de recherche
 - 9.4.1. Stratégies
 - 9.4.2. Modèles organisationnels
 - 9.4.3. Négocier au sein d'un groupe
 - 9.4.4. Critères d'évaluation
- 9.5. Le travail d'équipe en tant que compétence
 - 9.5.1. Définition
 - 9.5.2. Importance
 - 9.5.3. Niveaux de maîtrise
 - 9.5.4. Indicateurs de performance
- 9.6. Idées et stratégies pour un leadership réfléchi
 - 9.6.1. Concept de leader
 - 9.6.2. Concept de leader réflexif
 - 9.6.3. Caractéristiques
 - 9.6.4. Stratégies de leader réflexif

- 9.7. Outils pour le diagnostic des problèmes
 - 9.7.1. Diagnostic
 - 9.7.2. Évaluation du contexte
 - 9.7.3. Mécanismes de diagnostic
 - 9.7.4. L'importance d'un bon diagnostic
- 9.8. Outils de dépannage
 - 9.8.1. Concept
 - 9.8.2. Caractéristiques
 - 9.8.3. Outils
 - 9.8.4. Importance de la résolution de problèmes en tant que compétence
- 9.9. Résilience dans la résolution de problèmes
 - 9.9.1. Concept
 - 9.9.2. Caractéristiques
 - 9.9.3. Outils
 - 9.9.4. Importance de la résolution de problèmes en tant que compétence
- 9.10. Le leader réflexif en tant que *coach*
 - 9.10.1. Concept de *Coach*
 - 9.10.2. Caractéristiques
 - 9.10.3. Importance
 - 9.10.4. Principaux outils d'un *coach*

Module 10. Projet final

- 10.1. Conception de la recherche
 - 10.1.1. Concept
 - 10.1.2. Éléments de conception
 - 10.1.3. Types de design
 - 10.1.4. Analyse d'exemples
- 10.2. Exposé du problème
 - 10.2.1. Concept
 - 10.2.2. Éléments de l'énoncé du problème
 - 10.2.3. Types de design
 - 10.2.4. Analyse d'exemples



- 10.3. Sélection du paradigme de recherche
 - 10.3.1. Concept de paradigme de recherche
 - 10.3.2. Types
 - 10.3.3. Des outils pour chacun
 - 10.3.4. Critères de sélection
- 10.4. Les objectifs de la recherche
 - 10.4.1. Concept et objectif
 - 10.4.2. Types d'objectifs
 - 10.4.3. Objectifs de la rédaction
 - 10.4.4. Analyse d'exemples
- 10.5. Méthodologie
 - 10.5.1. Concept de méthodologie
 - 10.5.2. Types de méthodologie
 - 10.5.3. Critères de sélection
 - 10.5.4. Analyse d'exemples
- 10.6. Instruments
 - 10.6.1. Concepts
 - 10.6.2. Instruments de chaque paradigme
 - 10.6.3. Caractéristiques
 - 10.6.4. Critères de sélection en fonction des objectifs et du paradigme de recherche
- 10.7. Cadre théorique et référentiel
 - 10.7.1. Concept de cadre référentiel
 - 10.7.2. Concept de cadre théorique
 - 10.7.3. Différences
 - 10.7.4. Éléments clés
- 10.8. Le contexte de la recherche
 - 10.8.1. Concept
 - 10.8.2. Identification de ses éléments fondamentaux
 - 10.8.3. Importance de son interprétation
 - 10.8.4. Analyse d'exemples
- 10.9. Résultats
 - 10.9.1. Concept
 - 10.9.2. Rédaction
 - 10.9.3. Hiérarchie des résultats
 - 10.9.4. Analyse d'exemples
- 10.10. Nouvelles opportunités
 - 10.10.1. Comment les identifier?
 - 10.10.2. Pertinence
 - 10.10.3. Originalité
 - 10.10.4. Opportunités



Une opportunité créée pour les professionnels à la recherche d'un programme intensif et efficace pour faire un pas en avant significatif dans leur profession”

06

Méthodologie

Ce programme de formation offre une manière différente d'apprendre. Notre méthodologie est développée à travers un mode d'apprentissage cyclique: **le Relearning**.

Ce système d'enseignement est utilisé, par exemple, dans les écoles de médecine les plus prestigieuses du monde et a été considéré comme l'un des plus efficaces par des publications de premier plan telles que le **New England Journal of Medicine**.



“

Découvrez le Relearning, un système qui abandonne l'apprentissage linéaire conventionnel pour vous emmener à travers des systèmes d'enseignement cycliques: une façon d'apprendre qui s'est avérée extrêmement efficace, en particulier dans les matières qui nécessitent la mémorisation”

Étude de Cas pour mettre en contexte tout le contenu

Notre programme offre une méthode révolutionnaire de développement des compétences et des connaissances. Notre objectif est de renforcer les compétences dans un contexte changeant, compétitif et hautement exigeant.

“

Avec TECH, vous pouvez expérimenter une manière d'apprendre qui ébranle les fondations des universités traditionnelles du monde entier”



Vous bénéficierez d'un système d'apprentissage basé sur la répétition, avec un enseignement naturel et progressif sur l'ensemble du cursus.



L'étudiant apprendra, par le biais d'activités collaboratives et de cas réels, à résoudre des situations complexes dans des environnements commerciaux réels.

Une méthode d'apprentissage innovante et différente

Cette formation TECH est un programme d'enseignement intensif, créé de toutes pièces, qui propose les défis et les décisions les plus exigeants dans ce domaine, tant au niveau national qu'international. Grâce à cette méthodologie, l'épanouissement personnel et professionnel est stimulé, faisant ainsi un pas décisif vers la réussite. La méthode des cas, technique qui constitue la base de ce contenu, permet de suivre la réalité économique, sociale et professionnelle la plus actuelle.

“

Notre programme vous prépare à relever de nouveaux défis dans des environnements incertains et à réussir votre carrière”

La méthode des cas est le système d'apprentissage le plus utilisé dans les meilleures écoles de commerce du monde depuis qu'elles existent. Développée en 1912 pour que les étudiants en Droit n'apprennent pas seulement le droit sur la base d'un contenu théorique, la méthode des cas consiste à leur présenter des situations réelles complexes afin qu'ils prennent des décisions éclairées et des jugements de valeur sur la manière de les résoudre. En 1924, elle a été établie comme méthode d'enseignement standard à Harvard.

Dans une situation donnée, que doit faire un professionnel? C'est la question à laquelle nous sommes confrontés dans la méthode des cas, une méthode d'apprentissage orientée vers l'action. Tout au long du programme, les étudiants seront confrontés à de multiples cas réels. Ils devront intégrer toutes leurs connaissances, faire des recherches, argumenter et défendre leurs idées et leurs décisions.

Relearning Methodology

TECH combine efficacement la méthodologie des études de cas avec un système d'apprentissage 100% en ligne basé sur la répétition, qui associe 8 éléments didactiques différents dans chaque leçon.

Nous enrichissons l'Étude de Cas avec la meilleure méthode d'enseignement 100% en ligne: le Relearning.

En 2019, nous avons obtenu les meilleurs résultats d'apprentissage de toutes les universités en ligne du monde.

À TECH, vous apprenez avec une méthodologie de pointe conçue pour former les managers du futur. Cette méthode, à la pointe de la pédagogie mondiale, est appelée Relearning.

Notre université est la seule université autorisée à utiliser cette méthode qui a fait ses preuves. En 2019, nous avons réussi à améliorer les niveaux de satisfaction globale de nos étudiants (qualité de l'enseignement, qualité des supports, structure des cours, objectifs...) par rapport aux indicateurs de la meilleure université en ligne.





Dans notre programme, l'apprentissage n'est pas un processus linéaire, mais se déroule en spirale (apprendre, désapprendre, oublier et réapprendre). C'est pourquoi nous combinons chacun de ces éléments de manière concentrique. Cette méthodologie a permis de former plus de 650.000 diplômés universitaires avec un succès sans précédent dans des domaines aussi divers que la biochimie, la génétique, la chirurgie, le droit international, les compétences en gestion, les sciences du sport, la philosophie, le droit, l'ingénierie, le journalisme, l'histoire, les marchés financiers et les instruments. Tout cela dans un environnement très exigeant, avec un corps étudiant universitaire au profil socio-économique élevé et dont l'âge moyen est de 43,5 ans.

Le Relearning vous permettra d'apprendre avec moins d'efforts et plus de performance, en vous impliquant davantage dans votre spécialisation, en développant un esprit critique, en défendant des arguments et en contrastant les opinions: une équation directe vers le succès.

D'après les dernières preuves scientifiques dans le domaine des neurosciences, non seulement nous savons comment organiser les informations, les idées, les images et les souvenirs, mais nous savons aussi que le lieu et le contexte dans lesquels nous avons appris quelque chose sont fondamentaux pour notre capacité à nous en souvenir et à le stocker dans l'hippocampe, pour le conserver dans notre mémoire à long terme.

De cette manière, et dans ce que l'on appelle Neurocognitive context-dependent e-learning, les différents éléments de notre programme sont reliés au contexte dans lequel le participant développe sa pratique professionnelle.

Ce programme offre le meilleur support pédagogique, soigneusement préparé pour les professionnels:



Support d'étude

Tous les contenus didactiques sont créés par les spécialistes qui enseigneront le cours, spécifiquement pour le cours, afin que le développement didactique soit vraiment spécifique et concret.

Ces contenus sont ensuite appliqués au format audiovisuel, pour créer la méthode de travail TECH en ligne. Tout cela, avec les dernières techniques qui offrent des pièces de haute qualité dans chacun des matériaux qui sont mis à la disposition de l'étudiant.



Cours magistraux

Il existe des preuves scientifiques de l'utilité de l'observation par un tiers expert.

La méthode "Learning from an Expert" renforce les connaissances et la mémoire, et donne confiance dans les futures décisions difficiles.



Pratiques en compétences et aptitudes

Les étudiants réaliseront des activités visant à développer des compétences et des aptitudes spécifiques dans chaque domaine. Des activités pratiques et dynamiques pour acquérir et développer les compétences et aptitudes qu'un spécialiste doit développer dans le cadre de la mondialisation dans laquelle nous vivons.



Lectures complémentaires

Articles récents, documents de consensus et directives internationales, entre autres. Dans la bibliothèque virtuelle de TECH, l'étudiant aura accès à tout ce dont il a besoin pour compléter sa formation.





Case studies

Ils réaliseront une sélection des meilleures études de cas choisies spécifiquement pour ce diplôme. Des cas présentés, analysés et tutorés par les meilleurs spécialistes de la scène internationale.



Résumés interactifs

L'équipe TECH présente les contenus de manière attrayante et dynamique dans des pilules multimédia comprenant des audios, des vidéos, des images, des diagrammes et des cartes conceptuelles afin de renforcer les connaissances. Ce système éducatif unique pour la présentation de contenu multimédia a été récompensé par Microsoft en tant que "European Success Story".



Testing & Retesting

Les connaissances de l'étudiant sont périodiquement évaluées et réévaluées tout au long du programme, par le biais d'activités et d'exercices d'évaluation et d'auto-évaluation, afin que l'étudiant puisse vérifier comment il atteint ses objectifs.



07

Diplôme

Le Mastère Spécialisé en Recherche en Communication: Nouveaux Thèmes, Médias et Publics vous garantit, en plus de la formation la plus rigoureuse et la plus actuelle, l'accès à un diplôme universitaire de Mastère Spécialisé délivré par TECH Université Technologique.



“

*Réussissez ce programme et recevez votre
Mastère Spécialisé sans déplacements ni
formalités administratives”*

Ce **Mastère Spécialisé en Recherche en Communication: Nouveaux Thèmes, Médias et Publics** contient le programme le plus complet et le plus à jour du marché.

Après avoir réussi l'évaluation, l'étudiant recevra par courrier postal* avec accusé de réception son correspondant diplôme de **Mastère Spécialisé** délivré par **TECH Université Technologique**.

Le diplôme délivré par **TECH Université Technologique** indiquera la note obtenue lors du Mastère Spécialisé, et répond aux exigences communément demandées par les bourses d'emploi, les concours et les commissions d'évaluation des carrières professionnelles.

Diplôme: **Ce Mastère Spécialisé en Recherche en Communication: Nouveaux Thèmes, Médias et Publics**

N.º d'Heures Officielles: **1.500 h.**



*Si l'étudiant souhaite que son diplôme version papier possède l'Apostille de La Haye, TECH EDUCATION fera les démarches nécessaires pour son obtention moyennant un coût supplémentaire.

future

santé confiance personnes

éducation information tuteurs

garantie accréditation enseignement

institutions technologie apprentissage

communauté engagement

tech université
technologique

Mastère Spécialisé

Recherche en
Communication:
Nouveaux Thèmes,
Médias et Publics

- » Modalité: en ligne
- » Durée: 12 mois
- » Qualification: TECH Université Technologique
- » Intensité: 16h/semaine
- » Horaire: à votre rythme
- » Examens: en ligne

Mastère Spécialisé

Recherche en Communication:
Nouveaux Thèmes, Médias et Publics