

# Mastère Hybride

Recherche en Communication, Nouveaux  
Thèmes, Médias et Publics



## Mastère Hybride

### Recherche en Communication, Nouveaux Thèmes, Médias et Publics

Modalité: Hybride (En ligne + Pratiques Cliniques)

Durée: 12 mois

Diplôme: TECH Université Technologique

Heures de cours: 1620 h.

Accès au site web: [www.techtitute.com/fr/journalisme-communication/mastere-hybride/mastere-hybride-recherche-communication-nouveaux-themes-medias-publics](http://www.techtitute.com/fr/journalisme-communication/mastere-hybride/mastere-hybride-recherche-communication-nouveaux-themes-medias-publics)

# Accueil

01

Présentation

---

*page 4*

02

Pourquoi suivre ce  
Mastère Hybride?

---

*page 8*

03

Objectifs

---

*page 12*

04

Compétences

---

*page 16*

05

Direction de la formation

---

*page 20*

06

Plan d'étude

---

*page 24*

07

Stage Pratique

---

*page 34*

08

Où puis-je effectuer  
mon Stage Pratique?

---

*page 40*

09

Méthodologie

---

*page 44*

10

Diplôme

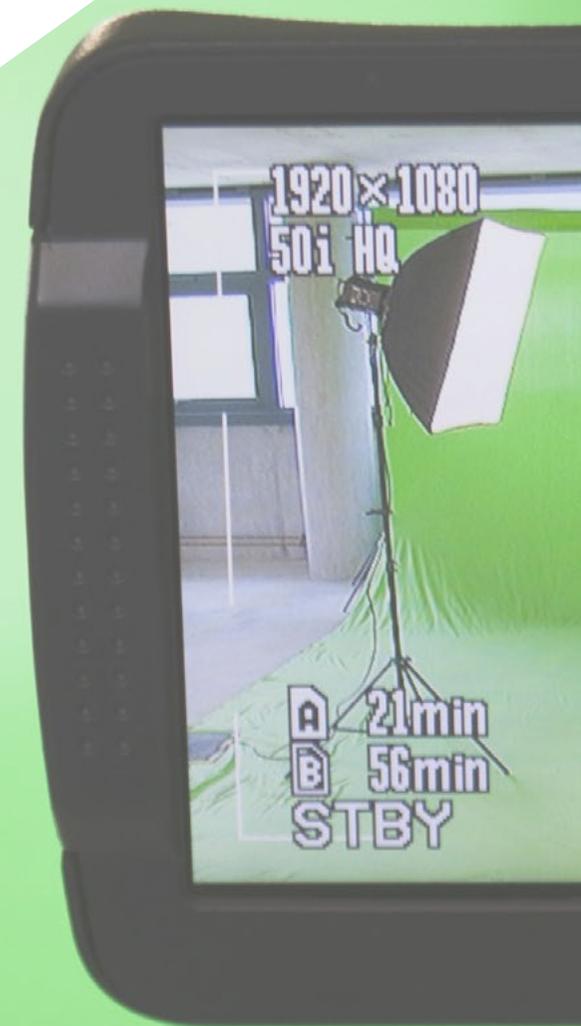
---

*page 52*

# 01

# Présentation

La prolifération de nouvelles plateformes de communication et de consommation de contenu audiovisuel telles que Netflix, HBO, Amazon Prime ou YouTube présente un paradigme complètement différent. Les professionnels des médias manquent souvent de la spécialisation nécessaire à la recherche dans leur domaine et aux différentes variables qui apparaissent lorsqu'il s'agit de définir de nouveaux publics et de nouveaux médias. Ce programme d'apprentissage hybride permet aux étudiants d'acquérir des connaissances détaillées pour élaborer un projet de recherche complet et solide. Un diplôme qui offre une phase théorique enseignée 100% en ligne et une Formation Pratique dans un centre de référence. Tout cela dans le but de faire progresser les étudiants dans leur carrière professionnelle.





“

*Progressez dans le domaine de la communication. Découvrez les nouveaux paradigmes et participez à la recherche scientifique. Inscrivez-vous maintenant”*

La communication manque souvent de professionnels dédiés à la recherche dans ce domaine. Pourtant, même si ce n'est souvent pas un objectif premier, il est plus que nécessaire d'avoir une connaissance approfondie des changements et des processus de communication. Cela passe par la recherche qui, dans le cas de ce Mastère Hybride, portera sur les nouveaux contenus, médias et publics.

La recherche doit être méthodique, car il ne peut en être autrement. Ainsi, le déroulement de ce diplôme consistera à faire le tour des médias traditionnels tels que la télévision et le cinéma, où les nouveaux formats de vidéo à la demande seront explorés en profondeur. Un accent particulier sera également mis sur les modèles de communication en plein essor au 21<sup>e</sup> siècle, notamment les plateformes audiovisuelles et les réseaux sociaux.

L'éthique, l'esprit critique, l'observation et la gestion de l'information seront des points clés sur lesquels cet enseignement se concentrera. A un moment de l'histoire où les *fake news* obligent le chercheur à savoir discerner entre vérité et manipulation, il est essentiel de les étudier en profondeur. De même, ce diplôme fournit les stratégies nécessaires pour identifier les opportunités de changement, d'action et de visibilité des recherches menées par le professionnel.

Une excellente occasion de progresser dans le domaine de la communication avec un programme riche en contenus multimédias, des lectures essentielles et un projet de recherche réalisé par les étudiants eux-mêmes qui leur permettra de mettre en pratique ce qu'ils ont appris en théorie pendant les douze mois de ce cours. Une fois la phase théorique achevée, le professionnel effectuera également un Stage Pratique dans un établissement professionnel où il pourra effectuer un travail de recherche.

Ce **Mastère Hybride en Recherche en Communication, Nouveaux Thèmes, Médias et Publics** contient le programme académique le plus complet et le plus actuel du marché.

Les principales caractéristiques sont les suivantes:

- ♦ Développement de plus de 100 cas présentés par des professionnels de la communication experts en recherche
- ♦ Son contenu graphique, schématique et éminemment pratique est destiné à fournir des informations techniques et sanitaires sur les disciplines médicales indispensables à l'exercice professionnel
- ♦ Dernières technologies en matière de softwares d'enseignement en ligne
- ♦ Système d'enseignement intensément visuel, soutenu par des contenus graphiques et schématiques faciles à assimiler et à comprendre
- ♦ Développement d'études de cas présentées par des experts actifs
- ♦ Systèmes vidéo interactifs de pointe
- ♦ Une banque de documentation complémentaire est disponible en permanence, même après le cours
- ♦ Tout cela sera complété par des cours théoriques, des questions à l'expert, des forums de discussion sur des sujets controversés et un travail de réflexion individuel
- ♦ Disponibilité des contenus à partir de tout appareil fixe ou portable doté d'une connexion internet
- ♦ Par ailleurs, vous pourrez effectuer un stage dans l'un des centres les plus importants dans le domaine de la communication

“

*Pendant trois semaines, vous mettrez en pratique tout le contenu théorique dans une entreprise de communication. Inscrivez-vous maintenant”*

Dans cette proposition de Mastère, de nature professionnalisante et de modalité d'apprentissage hybride, le programme vise à mettre à jour les professionnels de la communication qui exercent leurs fonctions dans les entreprises journalistiques et les agences de communication. Les contenus sont basés sur les dernières preuves scientifiques et sont orientés de manière didactique pour intégrer les connaissances théoriques dans la pratique de la communication, et les éléments théoriques-pratiques faciliteront la mise à jour des connaissances et permettront la prise de décision dans le domaine de la communication.

Grâce à son contenu multimédia développé avec les dernières technologies éducatives, il permettra au professionnel de la communication un apprentissage situé et contextuel, c'est-à-dire un environnement simulé qui fournira un apprentissage immersif programmé pour s'entraîner dans des situations réelles. La conception de ce programme est centrée sur l'Apprentissage par les Problèmes, grâce auquel vous devrez essayer de résoudre les différentes situations de pratique professionnelle qui se présentent tout au long du programme. Pour ce faire, l'étudiant sera assisté d'un innovant système de vidéos interactives, créé par des experts reconnus.

*Ce Mastère Hybride met à votre disposition une vaste bibliothèque de ressources multimédias afin que vous puissiez acquérir un maximum de connaissances.*

*Une équipe d'enseignants expérimentés dans la recherche académique vous indiquera les étapes à suivre pour réaliser une excellente étude.*



# 02

## Pourquoi suivre ce Mastère Hybride?

Le journalisme est actuellement confronté à la crise la plus grave de son histoire. C'est pourquoi il est plus important que jamais de publier des articles de qualité, avec minutie, rigueur et détermination, afin de mettre en évidence la différence entre les bonnes pratiques et la presse à scandale. Pour cette raison, TECH a développé ce Mastère Hybride très complet spécialisé dans la recherche, dans le but de fournir aux diplômés tous les outils dont ils ont besoin pour se former dans ce domaine et devenir un professionnel de premier plan en maîtrisant de nouveaux sujets, médias et publics.





“

*Un programme qui vous donnera les clés théoriques et pratiques pour produire un travail digne d'un Pulitzer. Allez-vous passer à côté?”*

### 1. Actualisation des technologies les plus récentes

TECH se définit également comme un centre académique de référence dans le domaine universitaire, non seulement pour la qualité de ses diplômes, mais aussi pour l'innovation utilisée dans chacun d'entre eux. Pour cette raison, lorsqu'il s'agit du programme d'études de ses Mastères Hybrides, TECH poursuit dans la même voie, en établissant avec les centres de pratique l'obligation de disposer de l'équipement le plus innovant dans la spécialité dans laquelle l'activité est exercée.

### 2. Exploiter l'expertise des meilleurs spécialistes

Les étudiants de ce diplôme bénéficieront d'un soutien complet, du début de l'expérience théorique jusqu'à la dernière heure de la partie pratique. Ils seront guidés par une équipe de haut niveau spécialisée dans le journalisme d'investigation, dont les membres ont des dizaines d'années d'expérience dans le secteur. Ils pourront ainsi mettre à profit leur expérience pour tirer le meilleur parti du programme grâce aux conseils d'un groupe d'experts.

### 3. Entrer dans des environnements de classe mondiale

La conception de ce programme, en particulier la partie pratique, a été conçue dans le but de permettre aux diplômés de travailler sur tous les types de cas, tant éditoriaux qu'audiovisuels. Ils pourront ainsi travailler à perfectionner leurs compétences dans les différents domaines du journalisme, ainsi qu'à manier les principaux outils de préparation de reportages, d'interviews et de travail sur le terrain en général.



#### **4. Combiner la meilleure théorie avec la pratique la plus avancée**

Le Mastère Hybride TECH est une opportunité unique d'accéder à une spécialisation de haut niveau. Les diplômés pourront s'immerger dans 1.500 heures du meilleur contenu théorique, qui couvre non seulement les principaux domaines du journalisme, mais aussi ceux qui sont nécessaires pour développer une recherche de haut niveau. Tout cela peut être appliqué pendant le séjour pratique, afin de consolider les connaissances et d'apprendre les meilleures stratégies.

#### **5. Élargir les frontières de la connaissance**

L'achèvement des 12 mois de formation dans le cadre de ce Mastère Hybride permettra au diplômé d'acquérir les connaissances théoriques et pratiques nécessaires pour travailler en tant que journaliste partout dans le monde. Par ailleurs, TECH leur offre la possibilité d'effectuer un stage pratique dans des entreprises internationales, où ils pourront démontrer leur valeur et tout ce qu'ils ont appris au cours de cette expérience, qui marquera sans aucun doute un avant et un après dans leur carrière.

“

*Vous serez en immersion totale  
dans le centre de votre choix”*

# 03

## Objectifs

L'objectif de TECH est de permettre aux étudiants de recevoir une formation de pointe conforme aux exigences du marché de chaque secteur. Dans ce diplôme, le professionnel de la communication pourra progresser dans le domaine de la recherche où il sera capable de mener à bien, du début à la fin, un travail qui répond à toutes les exigences scientifiques pour fournir une étude solide qui peut être publiée dans des revues ou présentée à d'autres professionnels lors de conférences et de séminaires. Le vaste programme d'études, accessible en ligne, et fourni par l'équipe d'enseignants de cette matière vous aidera à atteindre ces objectifs.



A close-up photograph of a hand with the index finger pointing towards the left side of the frame. The hand is positioned over a smartphone screen, which shows a blue and black interface. The background is a mix of dark grey and red geometric shapes.

“

*Rendez visibles les résultats de vos études scientifiques lors des principaux congrès professionnels de la communication”*



## Objectif général

---

- L'objectif général du Mastère Hybride en Recherche en Communication: Nouveaux Thèmes, Médias et Publics est de faire en sorte que les étudiants sachent poser un problème de recherche, élaborer un cadre contextuel, construire et valider des modèles, créer et vérifier des instruments de collecte de données et, à leur tour, maîtriser les techniques d'analyse des données. A l'issue de ce cours, le professionnel de la communication sera également capable de structurer un document scientifique, de maîtriser la rédaction scientifique et d'avoir la capacité de participer à une réunion scientifique et de rendre les résultats visibles. De plus, l'étudiant pourra développer des compétences en matière de gestion de l'information, de pensée critique et de résolution de problèmes. L'équipe pédagogique spécialisée dans ce domaine accompagnera le professionnel à tout moment pour atteindre ces objectifs



*Ce programme vous permettra de maîtriser toutes les théories et méthodologies de la recherche scientifique afin que vous puissiez mener à bien votre propre projet"*





## Objectifs spécifiques

---

### Module 1. Méthodologie de recherche: perspectives et paradigmes

- ♦ Contraster et distinguer les différentes méthodologies et approches de la recherche, en étant capable de sélectionner celle qui convient le mieux à leur 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. 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
- ♦ Élaborer 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

# 04

# Compétences

A l'issue de ce Mastère Hybride, les étudiants seront capables de gérer l'information, de détecter les problèmes et de proposer des solutions, le tout d'un point de vue critique et scientifique. Le professionnel de la communication améliorera ainsi ses compétences et ses techniques de recherche dans ce domaine. L'équipe enseignante guidera les diplômés pendant les 12 mois de ce diplôme afin qu'ils acquièrent les compétences nécessaires pour mener avec rigueur et précision des recherches sur les nouveaux médias, les contenus et les publics existants.





“

*Vous serez en mesure d'identifier  
les possibilités de recherche dans  
le domaine de la communication.  
Inscrivez-vous maintenant"*



## Compétences générales

- ♦ 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
- ♦ Connaître le contenu de leur recherche, de manière cohérente et cohésive, dans les contextes appropriés à cet effet
- ♦ Argumenter des idées en utilisant différents modèles de discours dans un but spécifique
- ♦ 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
- ♦ Connaître les stratégies 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





## Compétences spécifiques

---

- ♦ Distinguer les principales différences entre les méthodologies de recherche
- ♦ Sélectionner, en fonction de la nature et des caractéristiques de l'objet de l'étude, la bonne méthodologie, ainsi que les techniques et instruments appropriés pour la collecte d'informations
- ♦ Identifier les thèmes et sujets émergents
- ♦ Insérer leurs recherches dans les lignes directrices les plus récentes et les plus valables
- ♦ 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
- ♦ 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 des droits 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
- ♦ Sélectionner des environnements autodéterminés pour gérer efficacement l'information dans le cadre de leur pratique professionnelle

05

# Direction de la formation

Le corps professoral de ce Mastère Hybride a été sélectionné sur la base de sa vaste expérience spécialisée dans le domaine de la communication et de la recherche. Ainsi, le diplômé pourra compter sur le soutien d'une équipe d'enseignants de haut niveau, qui partagera avec lui toutes les lignes directrices et les stratégies qui ont réussi à placer sa carrière au sommet du secteur, lui servira de guide et lui fournira toutes les ressources dont il a besoin pour tirer le meilleur parti de cette expérience universitaire.



“

*Des professionnels ayant une grande expérience de l'enseignement et de la recherche vous aideront à atteindre vos objectifs"*

## Direction



### Dr Del Valle Mejías, María Elena

- ♦ Enseignante et Chercheuse
- ♦ Créatrice de contenus éducatifs, d'E-Learning et de plateformes pour Lever to clever solutions
- ♦ Doctorat en Sciences de l'Éducation Université Pédagogique Expérimentale Libertador
- ♦ Post-doctorat en Sémiotique et Pragmatique Université Complutense de Madrid
- ♦ Licence en Sciences de l'Éducation Université Pédagogique Expérimentale Libertador
- ♦ Certificat en E-learning, Plateformes et Contenus
- ♦ Certificat en Design pédagogique par Compétences



# 06

## Plan d'étude

Le programme, préparé par une équipe spécialisée dans le domaine de la communication, a été conçu pour initier les étudiants à la méthodologie de la recherche, aux différents paradigmes et aux concepts clés. Il couvrira également les nouvelles plateformes audiovisuelles, l'émergence des réseaux sociaux, l'effet de la post-vérité, l'analyse des données et les exigences pour la publication et la présentation d'une étude scientifique dans ce domaine. Des études de cas, des résumés vidéo et le système *Relearning*, basé sur la répétition des contenus, permettront aux étudiants d'acquérir des connaissances solides et faciles à comprendre.





“

*Un Mastère Hybride avec une théorie  
100% en ligne qui s'adapte à votre  
emploi du temps”*

## 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 d'une enquête scientifique
  - 1.2.1. Concept
  - 1.2.2. Les processus impliqués dans chacune
  - 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. Socio-critique
  - 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. Le sondage
  - 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. Scénario 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. Narrative transmédia
  - 2.3.1. Concept
  - 2.3.2. Caractéristiques
  - 2.3.3. Principes de base
  - 2.3.4. Défis de la narrative 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. Médiamorphose
  - 2.8.1. Comment le secteur évolue-t-il?
  - 2.8.2. Évolution-Involution
  - 2.8.3. 1ère, 2ème et 3ème médiamorphose
  - 2.8.4. L'instantanéité des médias

- 2.9. Analyse comparative des Mass-Médias
  - 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. 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. 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 des *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

## 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 *rankings* 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
  - 5.8.5. Les Success Stories

## Module 6. Les dernières recherches en matière de communication

- 6.1. La Communication au 21<sup>ème</sup> siècle
  - 6.1.1. Contexte
  - 6.1.2. Caractéristiques
  - 6.1.3. Les défis de la communication au XXI<sup>ème</sup> siècle
  - 6.1.4. Les menaces de la communication au 21<sup>ème</sup> siècle

- 6.2. Tendances générales
  - 6.2.1. *Fast content* pour *Fast users*
  - 6.2.2. *The 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 sur les cartes
  - 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. Les dernières recherches 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 du langage
  - 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 du langage
  - 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. Twitter
  - 7.5.1. Origine
  - 7.5.2. Caractéristiques
  - 7.5.3. Utilisation du langage
  - 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 du langage
  - 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 du langage
  - 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 du 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

# 07

# Stage Pratique

Après avoir passé la période d'enseignement 100% en ligne, les étudiants suivront une phase de Formation Pratique dans une entreprise du secteur de la communication pendant 120 heures. Tout au long de ce séjour, le professionnel bénéficiera de l'appui d'un tuteur de l'entreprise, tant dans la préparation que dans le déroulement du stage, qui veillera à ce que toutes les exigences pour lesquelles ce projet a été lancé soient remplies.





“

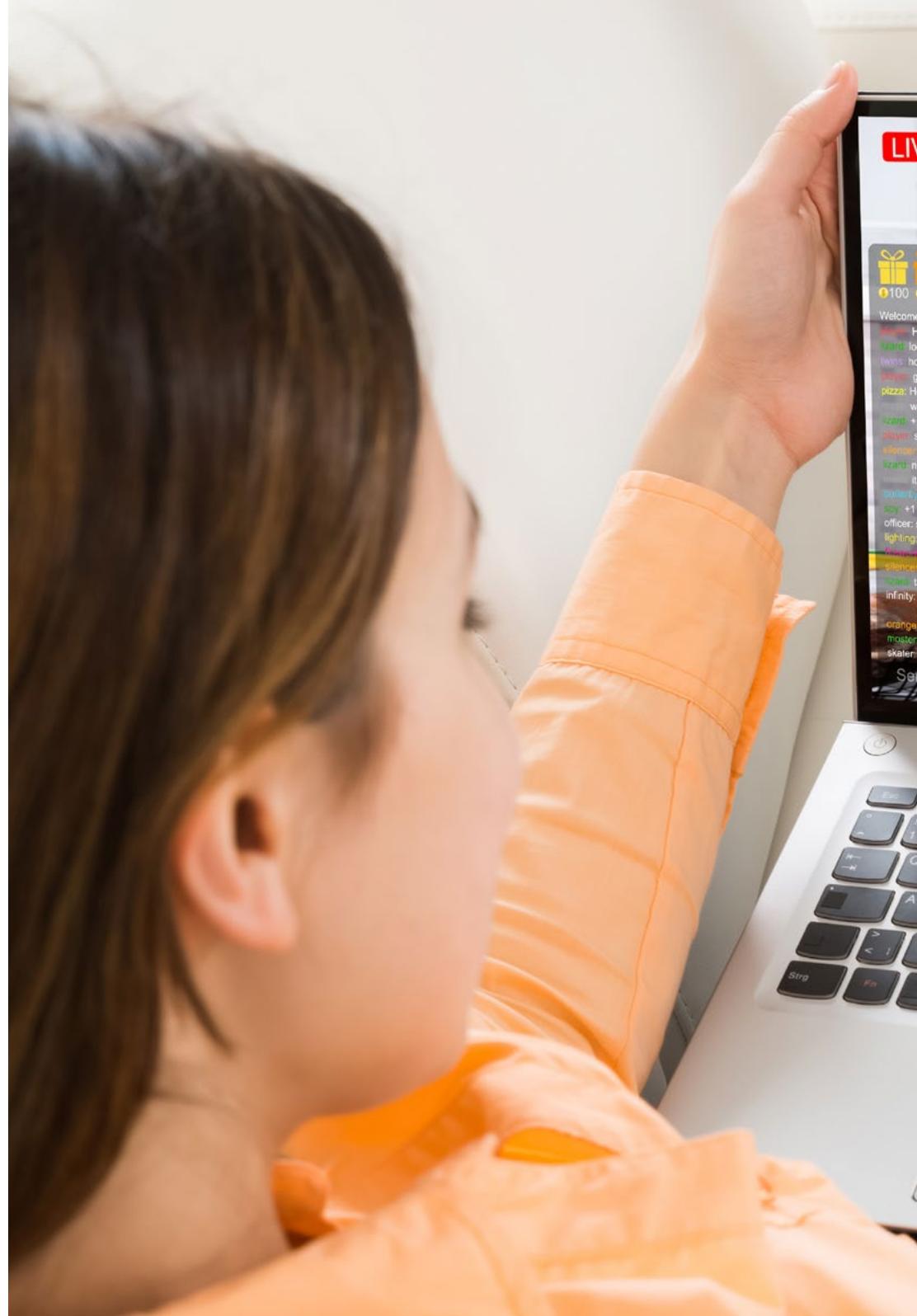
*Faites votre stage avec  
des professionnels de  
la communication”*

Le Stage Pratique consiste en 3 semaines dans une entreprise pertinente du secteur de la communication. Pendant cette période, les étudiants seront présents du lundi au vendredi, avec 8 heures consécutives de formation pratique aux côtés de professionnels du secteur. Dans cette phase du Mastère Hybride, les étudiants seront en mesure d'étudier le récit actuel et les formes de consommation des nouveaux médias, d'examiner le changement culturel qui a entraîné l'irruption des médias participatifs et des plates-formes numériques.

Dans cette Formation Pratique, les étudiants seront non seulement accompagnés par le personnel spécialisé de l'entreprise, mais l'équipe enseignante de TECH sera également présente dans le tutorat, afin que l'étudiant puisse obtenir une formation complète, de qualité et qui réponde à ses objectifs.

C'est pourquoi, dans cette partie pratique, les étudiants pourront non seulement appliquer les connaissances acquises tout au long de ce diplôme, mais aussi voir in situ les changements qui se produisent dans les médias et le public, ce qui leur permettra également de développer des idées et des projets de référence dans le domaine de la recherche.

La partie pratique sera réalisée avec la participation active de l'étudiant qui effectuera les activités et les procédures de chaque domaine de compétence (apprendre à apprendre et apprendre à faire), avec l'accompagnement et les conseils des enseignants et des autres collègues formateurs pour faciliter le travail en équipe et l'intégration multidisciplinaire en tant que compétences transversales pour la pratique de la recherche en communication (apprendre à être et apprendre à être en relation).





Les procédures décrites ci-dessous constitueront la base de la partie pratique de la formation et leur mise en œuvre sera fonction de la disponibilité et de la charge de travail du centre, les activités proposées étant les suivantes:

Module	Activité pratique
<b>Aborder les perspectives et les paradigmes de la recherche en communication</b>	Différencier les différents types de recherche en fonction du paradigme actuel
	Élaborer un script de questions pour les <i>focus group</i>
	Pratiquer des entretiens approfondis
	Étudier les récits actuels et les formes de consommation des nouveaux médias
	Examiner le changement culturel induit par les nouveaux médias participatifs et les plateformes numériques
<b>Prise de décision en matière de communication et de la recherche</b>	Aborder les dilemmes éthiques dans la communication moderne
	Développer des arguments convaincants en faveur d'une conduite éthique dans la pratique quotidienne
	Intégrer l'éthique déontologique dans la prise de décision
<b>Résoudre les crises en entreprise par la communication</b>	Analyser des cas d'opinion et de spéculation, en différenciant les tendances et les concepts qui s'y rapportent
	Connaître le discours de la communication à l'égard des minorités
	Élaborer un plan d'actions proactives et réactives sur la base de la crise actuelle de la communication
<b>Communication dans les environnements numériques et dernières recherches</b>	Se développer dans les environnements numériques afin de profiter des nouvelles opportunités de communication
	Gérer les classements et la cartographie des produits dans les environnements numériques
	Identifier et analyser le cycle de vie d'une production numérique
	Appliquer les principales nouveautés des courants de recherche à la méthodologie pratique quotidienne
	Développer les idées et les projets qui constituent la référence en matière de recherche
<b>Aborder les nouveaux médias de communication</b>	Établir une architecture de communication, selon un langage et des codes spécifiques, pour les principaux médias du nouveau siècle
	Adapter l'utilisation du langage en fonction du réseau social dans lequel il est utilisé

## Assurance responsabilité civile

La principale préoccupation de cette institution est de garantir la sécurité des stagiaires et des autres collaborateurs nécessaires aux processus de formation pratique dans l'entreprise. Parmi les mesures destinées à atteindre cet objectif figure la réponse à tout incident pouvant survenir au cours de la formation d'apprentissage.

Pour ce faire, cette université s'engage à souscrire une assurance Responsabilité Civile pour couvrir toute éventualité pouvant survenir pendant le séjour au centre de stage.

Cette police d'assurance couvrant la Responsabilité Civile des stagiaires doit être complète et doit être souscrite avant le début de la période de Formation Pratique. Ainsi, le professionnel n'a pas à se préoccuper des imprévus et bénéficiera d'une couverture jusqu'à la fin du stage pratique dans le centre



## Conditions générales de la Formation pratique

Les conditions générales de la Convention de Stage pour le programme sont les suivantes:

**1. TUTEUR:** Pendant le Mastère Hybride, l'étudiant se verra attribuer deux tuteurs qui l'accompagneront tout au long du processus, en résolvant tous les doutes et toutes les questions qui peuvent se poser. D'une part, il y aura un tuteur professionnel appartenant au centre de placement qui aura pour mission de guider et de soutenir l'étudiant à tout moment. D'autre part, un tuteur académique sera également assigné à l'étudiant, et aura pour mission de coordonner et d'aider l'étudiant tout au long du processus, en résolvant ses doutes et en lui facilitant tout ce dont il peut avoir besoin. De cette manière, le professionnel sera accompagné à tout moment et pourra consulter les doutes qui pourraient surgir, tant sur le plan pratique que sur le plan académique.

**2. DURÉE:** le programme de formation pratique se déroulera sur trois semaines continues, réparties en journées de 8 heures, cinq jours par semaine. Les jours de présence et l'emploi du temps relèvent de la responsabilité du centre, qui en informe dûment et préalablement le professionnel, et suffisamment à l'avance pour faciliter son organisation.

**3. ABSENCE:** En cas de non présentation à la date de début du Mastère Hybride, l'étudiant perdra le droit au stage sans possibilité de remboursement ou de changement de dates. Une absence de plus de deux jours au stage, sans raison médicale justifiée, entraînera l'annulation du stage et, par conséquent, la résiliation automatique du contrat. Tout problème survenant au cours du séjour doit être signalé d'urgence au tuteur académique.

**4. CERTIFICATION:** Les étudiants qui achèvent avec succès le Mastère Hybride recevront un certificat accréditant le séjour pratique dans le centre en question.

**5. RELATION DE TRAVAIL:** le Mastère Hybride ne constituera en aucun cas une relation de travail de quelque nature que ce soit.

**6. PRÉREQUIS:** certains centres peuvent être amenés à exiger des références académiques pour suivre le Mastère Hybride. Dans ce cas, il sera nécessaire de le présenter au département de formations de TECH afin de confirmer l'affectation du centre choisi.

**7. NON INCLUS:** Le mastère Hybride n'inclut aucun autre élément non mentionné dans les présentes conditions. Par conséquent, il ne comprend pas l'hébergement, le transport vers la ville où le stage a lieu, les visas ou tout autre avantage non décrit.

Toutefois, les étudiants peuvent consulter leur tuteur académique en cas de doutes ou de recommandations à cet égard. Ce dernier lui fournira toutes les informations nécessaires pour faciliter les démarches.

08

# Où puis-je effectuer mon Stage Pratique?

Ce programme de Mastère Hybride comprend un Stage Pratique dans une entreprise prestigieuse où les étudiants mettront en pratique tout ce qu'ils ont appris dans le domaine de la recherche en communication. Soucieuse d'offrir un enseignement de qualité, TECH a sélectionné un centre qui permettra aux étudiants de développer leurs compétences en matière de recherche et d'apprendre à connaître les différents médias et publics du secteur de la communication.





“

*Complétez votre formation théorique avec  
la meilleure Formation Pratique du marché.  
Atteignez tous vos objectifs”*



Journalisme

### Actitud de Comunicación

Pays  
Espagne

Ville  
Madrid

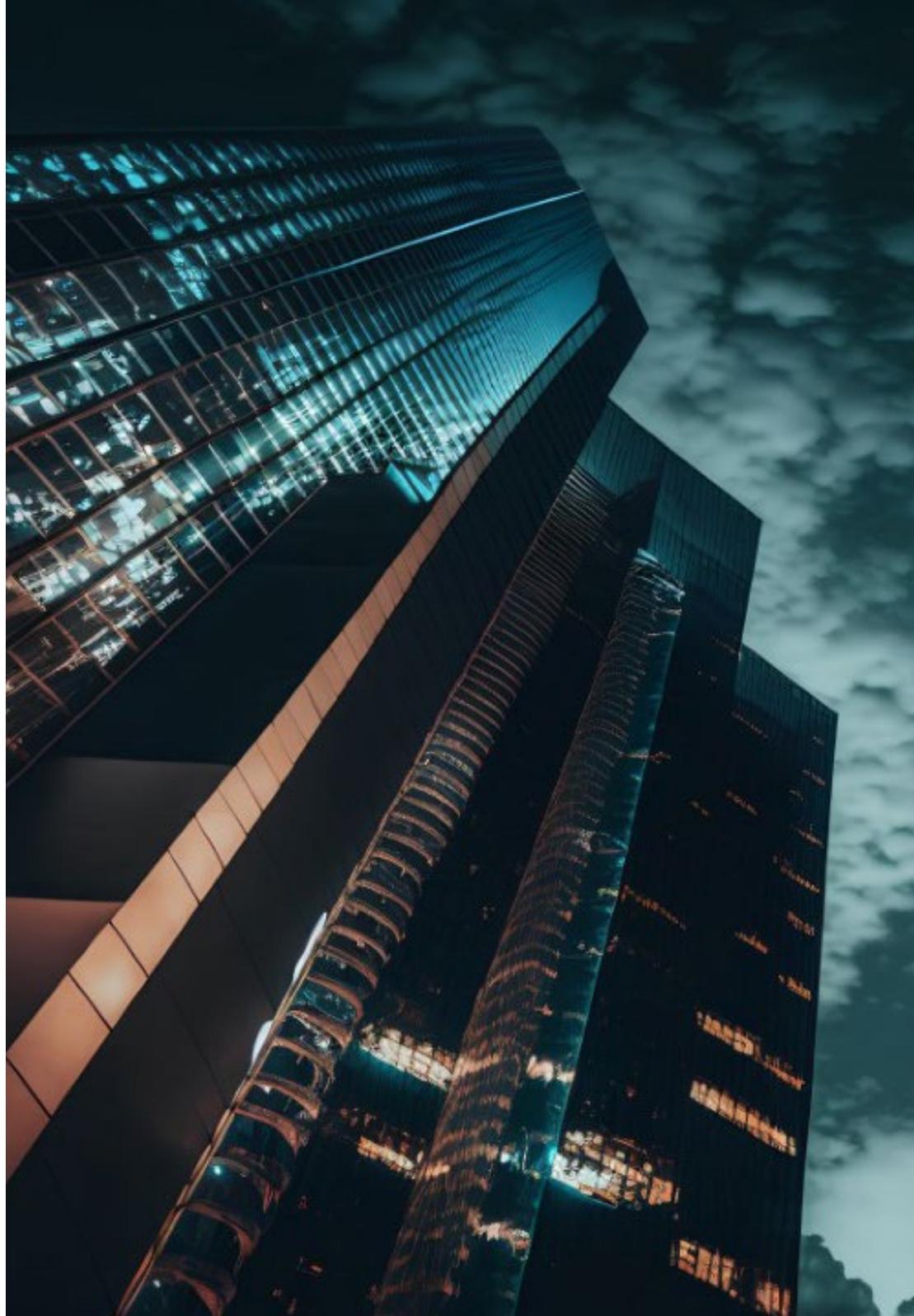
Adresse: Calle del Buen Suceso, 32,  
28008 Madrid

Agence de communication fondée en 2004 par  
des professionnels ayant plus de trois décennies  
d'expérience

---

#### Formations pratiques connexes:

- Communication Multimédia
- Recherche en Communication: Nouveaux Thèmes, Médias et Publics





Journalisme

### Amplifica

Pays  
Argentine

Ville  
Ville autonome  
de Buenos Aires

Adresse: Chile 576, C1098AAL CABA, Argentina

Agence SEO pour la promotion de la communication et  
du positionnement efficace

---

**Formations pratiques connexes:**

- Communication Publicitaire
- Design Graphique

09

# 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

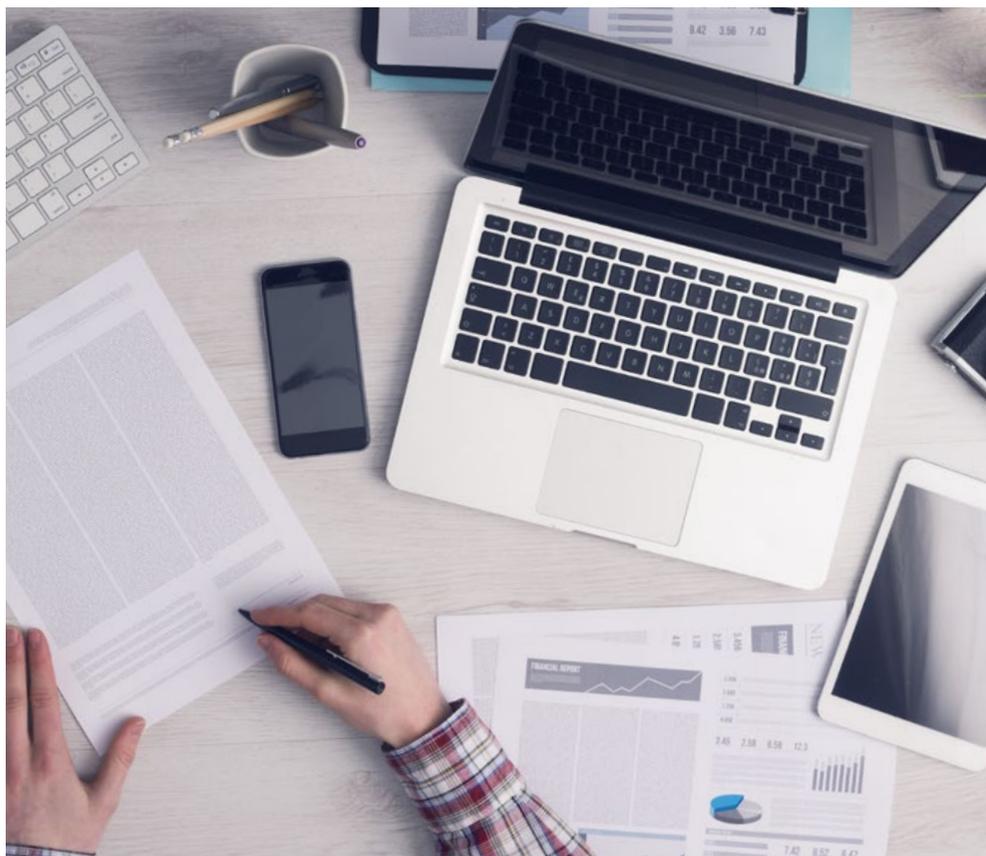
Notre programme offre une méthode révolutionnaire de développement des compétences et des connaissances. Notre objectif est de renforcer les compétences dans un contexte changeant, compétitif et hautement exigeant.

“

*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.



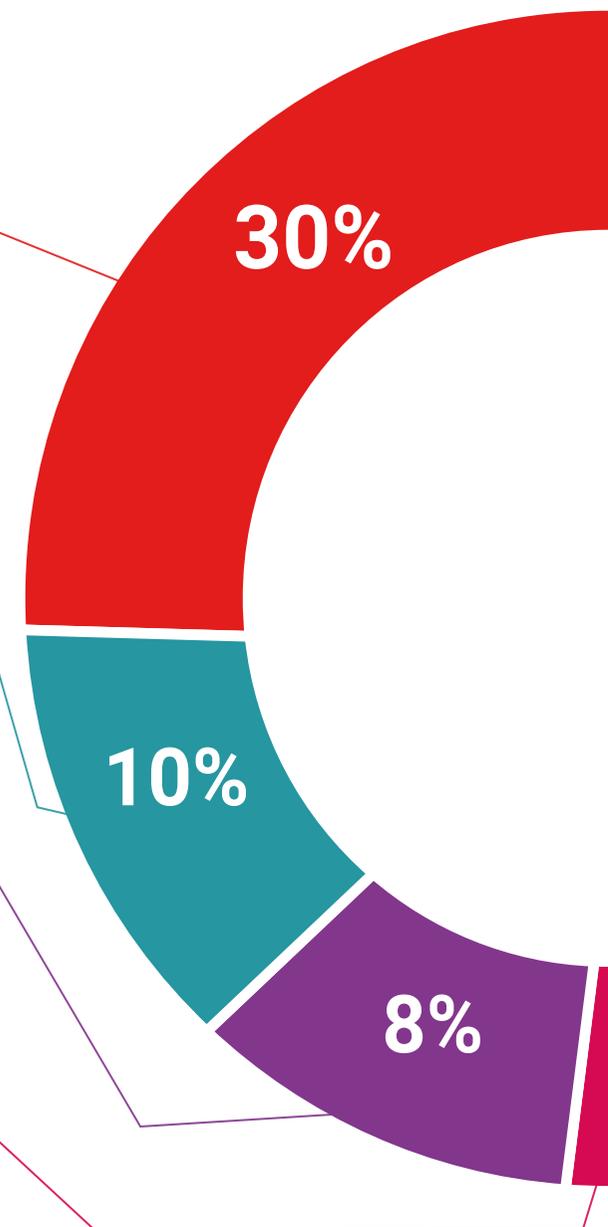
#### Pratiques en compétences et aptitudes

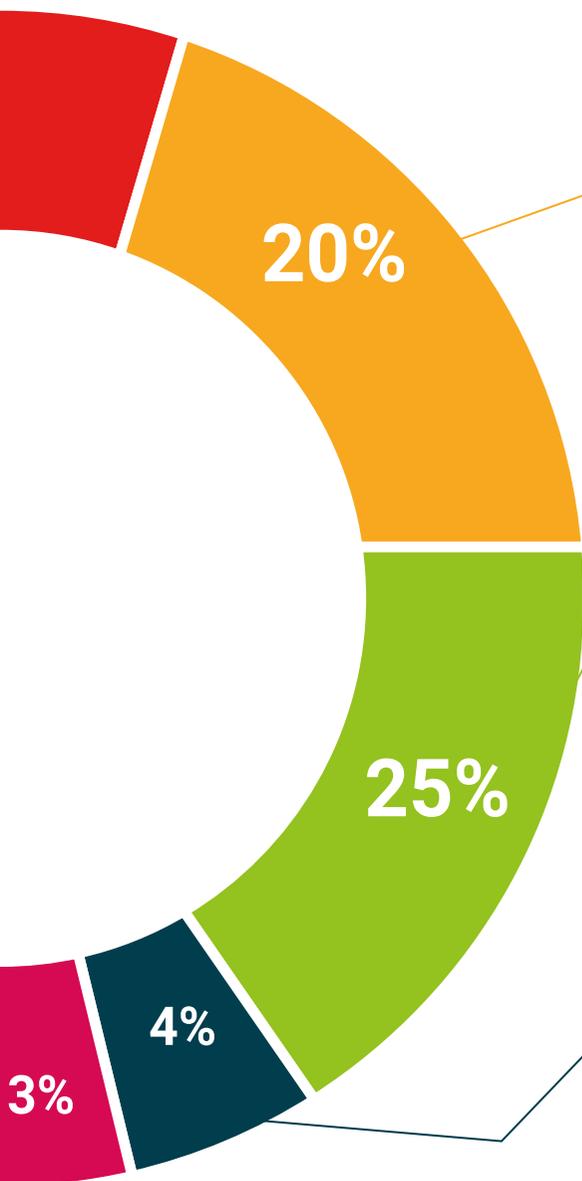
Les étudiants réaliseront des activités visant à développer des compétences et des aptitudes spécifiques dans chaque domaine. Des activités pratiques et dynamiques pour acquérir et développer les compétences et aptitudes qu'un spécialiste doit développer dans le cadre de la mondialisation dans laquelle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



# 10 Diplôme

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



“

*Complétez ce programme avec succès et obtenez votre diplôme universitaire sans avoir à vous déplacer ni à vous soucier des formalités administratives"*

Le diplôme de **Mastère Hybride en Recherche en Communication, Nouveaux Thèmes, Médias et Publics** contient le programme scientifique le plus complet et le plus actuel du marché.

Après avoir réussi les évaluations, l'étudiant recevra par courrier postal avec accusé de réception le diplôme de **Mastère Hybride**, qui accrédiitera la réussite des évaluations et l'acquisition des compétences du programme.

En complément du diplôme, vous pourrez obtenir un certificat de qualification, ainsi qu'une attestation du contenu du programme. Pour ce faire, vous devrez contacter votre conseiller académique, qui vous fournira toutes les informations nécessaires.

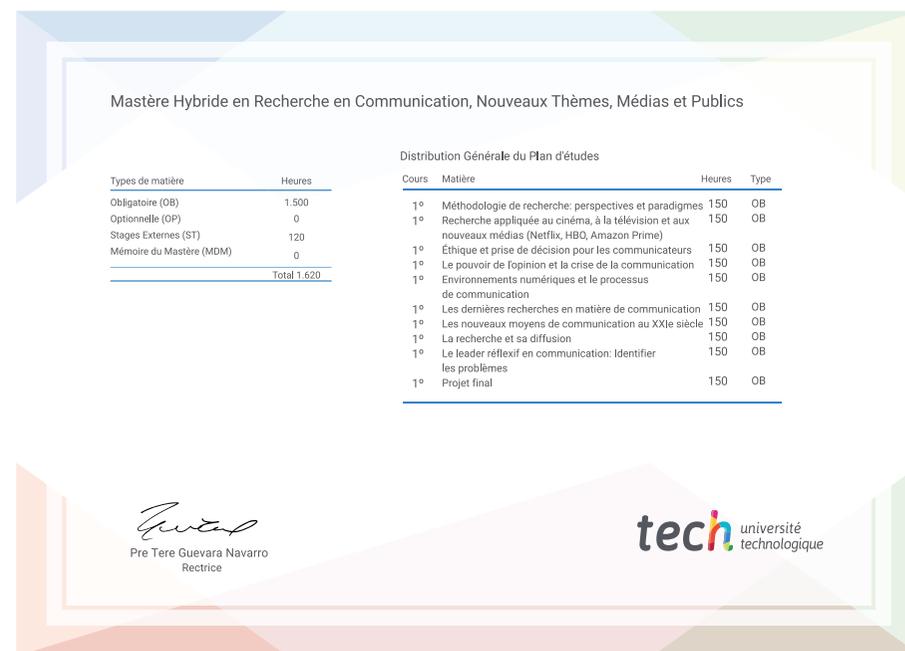
Titre: **Mastère Hybride en Recherche en Communication, Nouveaux Thèmes, Médias et Publics**

Modalité: **Hybride (En ligne + Pratiques Cliniques)**

Durée: **12 mois**

Diplôme: **TECH Université Technologique**

N° d'heures officielles: **1620 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

service personnalisé innovation

connaissance présent qualité

en ligne formation

développement institutions

classe virtuelle langage

**tech** université  
technologique

**Mastère Hybride**

Recherche en Communication,  
Nouveaux Thèmes, Médias  
et Publics

Modalité: Hybride (En ligne + Pratiques Cliniques)

Durée: 12 mois

Diplôme: TECH Université Technologique

Heures de cours: 1620 h.

# Mastère Hybride

Recherche en Communication, Nouveaux  
Thèmes, Médias et Publics