


5.00 crédits	30.0 h	Q2
--------------	--------	----

Enseignants	Renard Damien ;
Langue d'enseignement	Français > English-friendly
Lieu du cours	Louvain-la-Neuve
Acquis d'apprentissage	<p><b>A la fin de cette unité d'enseignement, l'étudiant est capable de :</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Maîtriser les principaux concepts liés à la création de contenu, au marketing numérique et à la plateformes de la communication.</li> <li>2. Concevoir une stratégie de contenu adaptée à des objectifs de communication et à différents environnements numériques.</li> <li>3. Analyser les mécanismes de visibilité, d'influence et d'engagement propres aux plateformes numériques.</li> <li>4. Évaluer de manière critique les opportunités, les limites et les enjeux éthiques associés aux technologies et aux plateformes numériques.</li> </ol>
Méthodes d'enseignement	Le cours combine des séances magistrales, des lectures scientifiques et professionnelles, des analyses de cas et des exercices d'analyse critique portant sur les plateformes numériques, les dispositifs de communication et les stratégies de contenu. Les étudiant-es participent également à DecodageCom, un webzine collaboratif consacré à la vulgarisation de la communication. Organisé-es en équipes de quatre à cinq personnes, ils et elles contribuent à la conception, à la production, à la publication et à la diffusion de contenus sur le site web et les réseaux sociaux de la plateforme, selon un calendrier éditorial défini en début de quadrimestre.
Contenu	<p>Le cours porte sur la création de contenu dans un environnement marqué par le développement des plateformes numériques. Il examine comment les organisations, les marques et les créateurs de contenu produisent, diffusent et valorisent des contenus afin de développer leur visibilité, leur influence et l'engagement de leurs publics. Pour comprendre ces dynamiques, l'enseignement aborde les fondements du marketing numérique, les stratégies de contenu, l'écriture web, les logiques de visibilité en ligne ainsi que le rôle des plateformes dans la circulation des contenus. Une attention particulière est accordée aux phénomènes de viralité, au marketing d'influence, à l'économie des créateurs de contenu et aux transformations induites par les technologies numériques sur les métiers de la communication. Enfin, ces évolutions sont mises en perspective à travers une réflexion critique sur la plateformes de la communication et sur ses implications économiques, éthiques et sociétales. Le cours est structuré en six blocs thématiques :</p> <p>Le cours est structuré en six blocs thématiques :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bloc 1 : Marketing, contenus et présence numérique</li> <li>• Bloc 2 : Stratégie de contenu et visibilité</li> <li>• Bloc 3 : Plateformes sociales et stratégies de communication</li> <li>• Bloc 4 : Influence, viralité et économie des créateurs</li> <li>• Bloc 5 : Engagement, expérience et technologies</li> <li>• Bloc 6 : Enjeux critiques de la plateformes</li> </ul>
Faculté ou entité en charge:	COMU

<b>Programmes / formations proposant cette unité d'enseignement (UE)</b>				
Intitulé du programme	Sigle	Crédits	Prérequis	Acquis d'apprentissage
Master [120] en communication multilingue	MULT2M	5		
Master [120] en communication	CORP2M	5		