


5.00 credits

30.0 h

Q1

Language :	French
Place of the course	Bruxelles Saint-Louis
Learning outcomes	
Bibliography	<p><b>A. Centrée sur l'outil et le champ digital</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Dru J.-M. (1997). Disruption. Paris. Village mondial Editions.</li> <li>2. Daniel Bounoux (2001). Introduction aux sciences de la communication. La Découverte</li> <li>3. Sun Tzu. (2008). L'Art de la Guerre. Paris. Flammarion Editions.</li> <li>4. Sinek, S. (2009). Commencer par le pourquoi. Québec. Performance Editions.</li> <li>5. Dominique Wolton (2009). Informer n'est pas communiquer. Paris. Editions CNRS</li> <li>6. Pisani F.- Piotet D. (2011) Comment le Web change le monde. Paris. Pearson Editions.</li> <li>7. Deschamps C. – Moinet N. (2011). L'intelligence économique. Paris. Dunod Editions.</li> <li>8. Sillard B. (2011). Maîtres ou esclaves du numérique ? France. Eyrolles Editions.</li> <li>9. Jamet, T (2012). Ren@issance mythologique : L'imaginaire et les mythes à l'ère digitale. Paris. François Bourin Editeur</li> <li>10. Jarvis J. (2012). La méthode Google. Paris. Pocket Editions.</li> <li>11. Lewi G. (2012). Les nouveaux Bovary. Paris. Pearson Editions.</li> <li>12. Eloi L. (2012). Economie de la confiance. Paris. La Découverte Editions.</li> <li>13. Gilles Babinet (2016). Transformation digitale. Le Passeur Editeur.</li> <li>14. Dr Laurent Alexandre (2017). La Guerre des Intelligences. Paris. JC Lattès</li> <li>15. Klaus Schwab (2017). La quatrième révolution industrielle. Paris. Dunod.</li> <li>16. Julien Hirth (2017). Le data marketing. Paris. Eyrolles.</li> <li>17. Philippe Kotler. (2017). Marketing 4.0. Belgique. De Boek Editions.</li> <li>18. Stéphane Mallard (2018). DISRUPTION. Paris. Dunod.</li> </ol> <p><b>B. Centrée sur la sociologie numérique.</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Castells M. (1998-1999). L'ère de l'information. Paris. Fayard Editions             <ol style="list-style-type: none"> <li>a. La société en réseaux (Vol 1)</li> <li>b. Le pouvoir de l'identité (Vol 2)</li> <li>c. Fin de millénaire (Vol 3)</li> </ol> </li> <li>2. Castells M. (2002). La galaxie Internet. Paris. Fayard Editions</li> <li>3. Castells M. (2013). Communication et pouvoir. Paris. Maison des Sciences de l'Homme.</li> </ol> <p><b>C. Centrée sur le web</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <a href="http://www.blogdumoderateur.com/">http://www.blogdumoderateur.com/</a> (blog français centré sur le marketing digital)</li> <li>2. <a href="https://siecledigital.fr/">https://siecledigital.fr/</a> (excellent blog existant depuis 2013, très influent et dont les articles sont souvent pertinents)</li> <li>3. <a href="http://www.cedricc.be/">http://www.cedricc.be/</a> (blog belge très bien documenté et présentant souvent des mapping intéressants)</li> <li>4. <a href="http://www.e-marketing.fr/">http://www.e-marketing.fr/</a> (blog français très bien documenté dans le secteur retail et innovations e-commerce)</li> <li>5. <a href="http://www.webmarketing-com.com/">http://www.webmarketing-com.com/</a> (blog très pointu et axé nouvelles tendances)</li> <li>6. <a href="http://www.influencia.net/fr/">http://www.influencia.net/fr/</a> (excellente revue sur les tendances NTIC)</li> <li>7. <a href="http://adage.com/">http://adage.com/</a> (Avertising Age, un incontournable du monde digital en anglais)</li> </ol>
Faculty or entity in charge	ESPB

<b>Programmes containing this learning unit (UE)</b>				
Program title	Acronym	Credits	Prerequisite	Learning outcomes
Master [120] in Communication Strategy and Digital Culture (shift schedule)	COMB2M	5		
Attestation de réussite : accession au niveau A pour les fonctionnaires fédéraux	ACNA7FC	5		