

PLAN DE COURS

POL-2427 : Campagne permanente et marketing des gouvernements

NRC 17844 | Hiver 2022

Mode d'enseignement : Distance-Hybride

Temps consacré : 3-0-6

Crédit(s) : 3

Ce cours est consacré à l'étude des pratiques de communication au sein des institutions gouvernementales et des phénomènes d'instrumentalisation de la communication gouvernementale dans le contexte de campagne permanente et de gouvernance politique. Les concepts de marketing politique, de centralisation et de politisation de la communication gouvernementale sont abordés

Plage horaire

Classe virtuelle synchrone		
vendredi	12h30 à 15h20	Du 10 janv. 2022 au 22 avr. 2022
Sur Internet		
-	00h00 à 00h00	Du 10 janv. 2022 au 22 avr. 2022

Il se peut que l'horaire du cours ait été modifié depuis la dernière synchronisation avec Capsule. [Vérifier l'horaire dans Capsule](#)

Les séances de cours ne seront pas enregistrées, une présence en ligne à heure fixe est donc requise.

Site de cours

<https://sitescours.monportail.ulaval.ca/ena/site/accueil?idSite=141151>

Coordonnées et disponibilités

François Larouche

Chargé de cours

francois.larouche.3@ulaval.ca

Tél. : 5142629721

Disponibilités

Je suis disponible sur rendez-vous pendant la semaine pour des vidéoconférences en ligne. Veuillez m'écrire par courriel pour prendre rendez-vous. Et surtout, n'hésitez jamais à le faire!

Soutien technique

CSTIP - Centre de services en TI et pédagogie

Pavillon Charles-De Koninck, local 0248

aide@cstip.ulaval.ca

Téléphone :

418-656-2131 poste 405222


418-656-5222

Informations techniques importantes

[Accéder à l'horaire du CSTIP](#) 

[Liste des navigateurs supportés](#) 

[Avis important concernant les appareils mobiles](#)  (iOS, Android, Chrome OS)

[TeamViewer](#)  est l'application utilisée par le CSTIP pour faire du soutien à distance. En exécutant cette application, vous permettez à un agent de soutien informatique de se connecter à votre poste pour vous aider.

Sommaire

Description du cours	4
Introduction	4
Objectifs généraux	4
Contenu du cours	4
Approche pédagogique	6
Mode d'encadrement	7
Classe virtuelle	7
Feuille de route	7
Évaluations et résultats	8
Liste des évaluations	8
Informations détaillées sur les évaluations sommatives	8
Évaluation sur la campagne permanente, les acteurs et la centralisation	8
TP1 - Plan de rebranding gouvernemental suite à une élection	9
TP2 – Planification d’une annonce (point de presse lors de la visite d’une usine)	9
Présentation et simulation – Préparation d’un politicien à une annonce	9
Examen final à développement	10
Participation en classe	10
Barème de conversion	10
Règlements et politiques institutionnels	10
Évaluation de la qualité du français	11
Étudiants ayant un handicap, un trouble d’apprentissage ou un trouble mental	12
Gestion des délais	12
Matériel didactique	12
Liste du matériel obligatoire	12
Liste du matériel complémentaire	12
Spécifications technologiques	12
Bibliographie et annexes	13
Bibliographie	13

Description du cours

Introduction

La campagne permanente représente l'idée selon laquelle un parti politique doit s'affairer à gagner le prochain scrutin dès le lendemain d'une élection. La démarche tend à former une centralisation des communications, mais aussi une politisation de la gouvernance et des ressources administratives de l'État, par l'application d'une priorisation politique et de différentes tactiques marketing. Le cours présente les modèles théoriques pour appréhender le phénomène, de même que le débat normatif sur la vie démocratique que cette tendance soulève au sein de la science politique.

AUCUNE PRÉSENCE SUR LE CAMPUS N'EST REQUISE.

Les séances de cours ne seront pas enregistrées, une présence en ligne à heure fixe est donc requise.

Objectifs généraux

Au terme de la session, l'étudiant devra :

1. Connaître les fondements de la campagne permanente;
2. Distinguer les effets de ces dynamiques sur les relations entre le parti gouvernant et la machine administrative;
3. Connaître les usages et les tactiques marketing employées dans le cadre de cette tendance;
4. Avoir développé une perspective critique à l'égard de ces enjeux.

Contenu du cours

DATE	COURS
14 janvier	<p>1. La campagne permanente</p> <ul style="list-style-type: none">• Introduction• La campagne traditionnelle• Définitions de la campagne permanente• Objectifs de la campagne permanente• Principaux éléments composant la campagne permanente <p>Lectures :</p> <p>Anna Lennox Esselment (2014), « The Governing Party and the Permanent Campaign », dans Alex Marland, Thierry Giasson et Tamara A. Small (Eds.), <i>Political Communication in Canada: Meet the Press and Tweet the Rest</i>, Vancouver, UBC Press : 24-38.</p>
21 janvier	<p>2. Acteurs dans la communication gouvernementale</p> <ul style="list-style-type: none">• Le Cabinet ministériel et le Bureau du premier ministre• Le Bureau du Conseil privé, le Trésor et les ministères• Les services gouvernementaux <p>Lectures :</p> <p>Alex Marland (2016), <i>Brand Command: Canadian Politics and Democracy in the Age of Message Control</i>, Vancouver, UBC Press : 201-242.</p>
28 janvier	<p>3. Centralisation de la communication gouvernementale</p> <ul style="list-style-type: none">• La théorie des électeurs désinformés• Définitions de la centralisation• Principaux éléments de la centralisation

	<p>Lectures :</p> <p>Alex Marland (2016), <i>Brand Command: Canadian Politics and Democracy in the Age of Message Control</i>, Vancouver, UBC Press : 3-60.</p> <p>Milton Lodge, Kathleen M. McGraw et Patrick Stroh (1989), « An impression-driven model of candidate evaluation », <i>American Political Science Review</i>, 83(2) : 399-419.</p>
4 février	<p>4. Tactiques de centralisation</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Simplification de la communication ● Cohérence de marque et de messages ● Étude de marché et segmentation ● <i>Direct Marketing</i> <p>Lectures :</p> <p>Alex Marland (2016), <i>Brand Command: Canadian Politics and Democracy in the Age of Message Control</i>, Vancouver, UBC Press : 135-164.</p> <p>Anna Lennox Esselment et Paul Wilson (2017), « Campaigning from the Centre », dans Alex Marland, Anna Lennox Esselment et Thierry Giasson (Eds.), <i>Permanent Campaigning in Canada</i>, Vancouver, UBC Press : 222-240.</p>
11 février	<p>5. Branding dans le secteur public</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Définitions et principaux éléments du branding ● Positionnement, “<i>master brand</i>” et ses déclinaisons ● Les différents branding dans le secteur public <p>Lectures :</p> <p>Alex Marland (2016), <i>Brand Command: Canadian Politics and Democracy in the Age of Message Control</i>, Vancouver, UBC Press : 102-134.</p> <p>Timothy Grayson (2001), « ‘Brand Canada’ or branded Canadian? », <i>Policy Options</i>, Juin : 47-49.</p>
18 février	<p>6. Marketing et branding de l'administration publique</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Les relations publiques et le contrôle de l'administration ● Le branding dans l'administration publique ● Publications gouvernementales ● Publicités gouvernementales ● Pratiques numériques gouvernementales <p>Lectures :</p> <p>Alex Marland (2016), <i>Brand Command: Canadian Politics and Democracy in the Age of Message Control</i>, Vancouver, UBC Press : 243-286.</p>
25 février	<p>7. Politisation et « marketisation » de la gouvernance</p> <ul style="list-style-type: none"> ● <i>New Political Governance</i> ● Impacts de la campagne permanente sur le processus législatif ● Protocole et visuel d'annonces gouvernementales ● Lignes et calendrier de communications ● Fusion de la marque du parti et du gouvernement <p>Lectures :</p> <p>Alex Marland (2016), <i>Brand Command: Canadian Politics and Democracy in the Age of Message Control</i>, Vancouver, UBC Press : 287-325.</p>

	Alex Marland (2016), <i>Brand Command: Canadian Politics and Democracy in the Age of Message Control</i> , Vancouver, UBC Press : 326-349.
4 mars	<p>8. Préparation électorale permanente</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bilan, chefferie et redéfinition • Développement numérique • Mise sur pied d'une structure militante <p>Lectures :</p> <p>Hahrie Han (2014), <i>How Organizations Develop Activists: Civic Associations & Leadership in the 21st Century</i>, New York, Oxford University Press : 89-123.</p>
11 mars	<i>Semaine de lecture (7 au 13 mars)</i>
18 mars	<p>9. Tactiques de la campagne permanente</p> <ul style="list-style-type: none"> • Courriels et financement politique • Sonder en permanence • Former sa base militante • Publicités politiques <p>Lectures :</p> <p>Karin Christiansen et Marcus Roberts (2009), « 'Respect, empower and include' : the new model army », dans Nick Anstead et Will Straw (Eds.), <i>The Change We Need : What Britain can learn from Obama's victory</i>, London, Fabian Society : 41-49.</p>
25 mars	<p>10. La gestion de crise permanente et les logiques médiatiques</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Agenda setting, framing</i> • Instantanéité et veille médiatique • Tactiques médiatiques (<i>swords, shields, pivot, distract</i>) • Le cycle des nouvelles et le temps d'attention des électeurs • <i>Politainment, celebritization</i> <p>Lectures :</p> <p>Véronique Prince et Thierry Giasson (2019), <i>Là, tout de suite? : La gestion de crise gouvernementale à l'ère de l'instantanéité médiatique</i> : 59-82.</p>
1 avril	TP2 / présentations des planifications d'annonce
8 avril	<p>11. Les critiques de la campagne permanente et ses effets sur la vie démocratique</p> <ul style="list-style-type: none"> • Les impacts de la campagne permanente et de la marketisation de la gouvernance • Les tensions entre gouvernance et réélections • Les nouvelles lois électorales • Implications légales et le nouveau contexte démocratique <p>Lectures :</p> <p>Alex Marland, Anna Lennox Esselment et Thierry Giasson (2017), « Permanent Campaigning: Changing the Nature of Canadian Democracy », dans Alex Marland, Anna Lennox Esselment et Thierry Giasson (Eds.), <i>Permanent Campaigning in Canada</i>, Vancouver, UBC Press : 298-321.</p> <p>Alex Marland (2016), <i>Brand Command: Canadian Politics and Democracy in the Age of Message Control</i>, Vancouver, UBC Press : 350-379.</p>
15 avril	<i>Journée fériée</i>
22 avril	<i>Examen final à développement</i>

Approche pédagogique

Ce cours est offert à distance. Chaque semaine, il prendra 2 formes : des lectures obligatoires à faire d'avance et une séance en ligne en mode synchrone (c.-à-d. « en direct ») avec l'enseignant et tous les étudiants. La matière du cours sera présentée lors des séances en ligne sous forme d'exposés magistraux. Un observatoire de l'actualité sera également tenu pour faire participer la classe. Les étudiants peuvent déposer leurs articles chaque semaine dans le forum afin de permettre aux autres étudiants de se familiariser avec ces derniers. Enfin, la lecture de textes obligatoires (disponibles sur le portail dans l'onglet "Contenu et activités") permettra aux étudiants de consolider leur compréhension des modèles théoriques et concepts vus en classe.

Au cours de la session, des invités (stratèges, journalistes, conseillers politiques, etc.) donneront également des conférences afin d'approfondir les thèmes étudiés et d'exposer aux étudiants à leur conception de la communication politique dans leurs professions respectives.

La séance du 1er avril sera consacrée aux présentations du second travail pratique sous la forme d'une simulation. Les élèves devront simuler la préparation d'un point de presse pour un politicien.

La présence, la ponctualité et la participation active de tous les étudiant.e.s au cours et aux conférences sont attendues.

AUCUNE PRÉSENCE SUR LE CAMPUS N'EST REQUISE.

Les séances de cours ne seront pas enregistrées, une présence en ligne à heure fixe est donc requise.

Mode d'encadrement

Les étudiants sont invités à faire part de leurs questions au charge de cours, par courriel. Il est aussi possible de prendre rendez-vous pour une rencontre à distance. Voir les détails quant aux disponibilités du charge de cours sous l'onglet Informations générales.

Classe virtuelle

Avant d'assister à une séance :

Il est indispensable de consulter [les tutoriels destinés aux étudiants](#).

Pour assister à une classe virtuelle :

Visitez la section *Classes virtuelles*, disponible dans le menu d'outils de votre site de cours pour vérifier l'horaire de vos classes virtuelles et pour y accéder.

Si vous y accédez avant votre enseignant, vous serez mis en attente. Lorsque votre enseignant sera connecté, vous serez dirigé automatiquement dans la classe virtuelle. Une fois dans la salle, il est fortement conseillé de faire un test audio en cliquant sur *Assistant configuration audio* dans l'onglet *Réunion* disponible dans le coin supérieur gauche.

Pour écouter une séance en différé :

Si l'enseignant l'autorise, vous aurez accès à l'enregistrement de vos classes virtuelles. Ces enregistrements seront disponibles dans cette même section, quand l'enseignant les aura publiés.

En cas de problème technique, veuillez contacter un agent du Centre de services en TI et pédagogie à l'adresse aide@cstip.ulaval.ca ou bien au (418) 656-2131 poste 5222.

Feuille de route

Le tableau ci-dessous présente les semaines d'activités prévues dans le cadre du cours.

Titre	Date
1. La campagne permanente À faire avant le cours du 14 janvier.	
2. Acteurs dans la communication gouvernementale À faire avant le cours du 21 janvier.	

3. Centralisation de la communication gouvernementale À faire avant le cours du 28 janvier.	
4. Tactiques de centralisation À faire avant le cours du 4 février.	
5. Branding dans le secteur public À faire avant le cours du 11 février.	
6. Marketing et branding de l'administration publique À faire avant le cours du 18 février.	
7. Politisation et marketisation de la gouvernance À faire avant le cours du 25 février.	
8. Préparation électorale permanente À faire avant le cours du 4 mars.	
9. Tactiques de la campagne permanente À faire avant le cours du 18 mars.	
10. La gestion de crise permanente et les logiques médiatiques À faire avant le cours du 25 mars.	
11. Les critiques de la campagne permanente et ses effets sur la vie démocratique À faire avant le cours du 8 avril.	

Note : Veuillez vous référer à la section *Feuille de route* de votre site de cours pour de plus amples détails.

Évaluations et résultats

Liste des évaluations

Sommatives			
Titre	Date	Mode de travail	Pondération
Évaluation sur la campagne permanente, les acteurs et la centralisation	Du 7 févr. 2022 à 00h00 au 11 févr. 2022 à 23h59	Individuel	15 %
TP1 - Plan de rebranding gouvernemental suite à une élection	Dû le 4 mars 2022 à 23h59	En équipe	15 %
TP2 – Planification d'une annonce (point de presse lors de la visite d'une usine)	Dû le 1 avr. 2022 à 23h59	En équipe	15 %
Présentation et simulation – Préparation d'un politicien à une annonce	À déterminer	En équipe	10 %
Examen final à développement	Le 22 avr. 2022 de 12h30 à 15h30	Individuel	30 %
Participation en classe	Du 14 janv. 2022 à 12h30 au 15 avr. 2022 à 15h30	Individuel	15 %


Formatives		
Titre	Date	Mode de travail
Cette liste ne contient aucun élément.		

Informations détaillées sur les évaluations sommatives


Évaluation sur la campagne permanente, les acteurs et la centralisation

Date et lieu :	Du 7 févr. 2022 à 00h00 au 11 févr. 2022 à 23h59 , En ligne
Mode de travail :	Individuel
Pondération :	15 %
Remise de l'évaluation :	En ligne
Directives de l'évaluation :	Un examen pour évaluer votre compréhension des concepts vus dans les cours de la campagne permanente, des acteurs et de la centralisation. Cet examen sera entièrement à choix multiples.
Matériel autorisé :	Notes de cours

TP1 - Plan de rebranding gouvernemental suite à une élection

Date de remise :	4 mars 2022 à 23h59
Mode de travail :	En équipe
Pondération :	15 %
Remise de l'évaluation :	Boîte de dépôt
Directives de l'évaluation :	Ce travail pratique de mise en situation consiste à la rédaction d'une planification de rebranding gouvernemental (logo, couleurs, propositions de valeurs, déclinaisons, etc.) devant être soumise aux conseillers politiques du Bureau du premier ministre à la suite de l'élection d'un parti politique. À TITRE INDICATIF - Commentaires sur les évaluations de l'année dernière : https://youtu.be/u98eC7_CL7U 

TP2 – Planification d'une annonce (point de presse lors de la visite d'une usine)

Date de remise :	1 avr. 2022 à 23h59
Mode de travail :	En équipe
Pondération :	15 %
Remise de l'évaluation :	Boîte de dépôt
Directives de l'évaluation :	Ce travail pratique de mise en situation consiste à la rédaction d'un pacing (déroulement minute par minute) et d'une planification d'annonce (lignes de communication, invitation des médias, présentations visuelles, préparation du politicien, ébauche d'un communiqué de presse, etc.). Cette annonce se ferait devant les médias à la suite de la visite d'une usine. Vidéo explicative du TP2 : https://youtu.be/T7IIshE6eg4 

Présentation et simulation – Préparation d'un politicien à une annonce

Date de remise :	À déterminer
	Des plages horaires du 28 mars au 1er avril seront mises à la disposition des équipes afin de leur permettre de faire leurs présentations orales.
Mode de travail :	En équipe
Pondération :	10 %
Remise de l'évaluation :	Présentation en ligne
	Horaire à venir
Directives de l'évaluation :	

En classe, présentation à un politicien de la stratégie médiatique réalisée dans le cadre du travail pratique (TP2). Cette présentation doit faire la synthèse des lignes à communiquer, déroulement, questions attendues, etc. Chaque équipe dispose de 15 minutes pour effectuer sa présentation. Ensuite, le politicien questionnera l'équipe sur sa stratégie proposée lors d'une séance de questions de 5 minutes.

Vidéo explicative du TP2 : <https://youtu.be/T7IIshE6eg4> 

Examen final à développement

Date :	Le 22 avr. 2022 de 12h30 à 15h30
Mode de travail :	Individuel
Pondération :	30 %
Remise de l'évaluation :	En ligne
Directives de l'évaluation :	Un examen final comportant deux parties. Premièrement, une série de questions à choix multiples et deuxièmement, une épreuve à développement. Ces deux parties portent sur L'ENSEMBLE de la matière vue en classe.
Matériel autorisé :	Notes de cours

Participation en classe

Date :	Du 14 janv. 2022 à 12h30 au 15 avr. 2022 à 15h30
	Durant toutes les séances synchrones hebdomadaires
Mode de travail :	Individuel
Pondération :	15 %
Remise de l'évaluation :	Participation en classe
Directives de l'évaluation :	Évaluation par le charge de cours de la participation de l'étudiant lors des séances synchrones hebdomadaires. L'évaluation est calculée selon le nombre de présences à la fin de chaque séance virtuelle.

Barème de conversion

Cote	% minimum	% maximum
A+	90	100
A	85	89,99
A-	80	84,99
B+	76	79,99
B	73	75,99
B-	70	72,99

Cote	% minimum	% maximum
C+	66	69,99
C	63	65,99
C-	60	62,99
D+	55	59,99
D	50	54,99
E	0	49,99

Règlements et politiques institutionnels

Règlement disciplinaire

Infractions relatives au bon ordre

Tout étudiant a une obligation de bon comportement dans un lieu universitaire ou à l'occasion d'une activité universitaire.

Infractions relatives aux études

Dans le but de préserver la crédibilité des attestations ou des diplômes délivrés et afin de s'assurer que les relevés de notes et les diplômes témoignent de la compétence et de la formation réelle des étudiants, il est interdit d'avoir des comportements répréhensibles associés au plagiat.

Pour en connaître davantage sur le plagiat et ses formes, vous pouvez consulter le site du [Bureau des droits étudiants](#), la capsule d'information [Citer ses sources et éviter le plagiat](#) et le site de la [Bibliothèque](#) pour savoir comment citer vos sources.

Tout étudiant qui commet une infraction au *Règlement disciplinaire à l'intention des étudiants de l'Université Laval* dans le cadre du présent cours, est passible des sanctions qui sont prévues dans ce règlement.

Consultez le règlement à l'adresse suivante : <http://ulaval.ca/reglement-disciplinaire>

Harcèlement et violence à caractère sexuel

La Faculté des sciences sociales condamne toute manifestation de harcèlement psychologique, de harcèlement sexuel et de toute autre forme de violence à caractère sexuel. Dans le cadre des activités universitaires sous sa responsabilité, elle s'engage à prendre tous les moyens à sa disposition pour prévenir les conduites (comportements, paroles, actes ou gestes) qui portent atteinte à la dignité ou à l'intégrité psychologique ou physique, les faire cesser et sanctionner.

Consultez le règlement à l'adresse suivante : <http://ulaval.ca/reglement-prevention-harcelement>

Visitez le site du Centre de prévention et d'intervention en matière de harcèlement : <https://www2.ulaval.ca/services-ul/harcelement.html>

Politique et directives relatives à l'utilisation de l'œuvre d'autrui aux fins des activités d'enseignement, d'apprentissage, de recherche et d'étude privée à l'Université Laval

L'Université s'est dotée d'une politique institutionnelle sur le droit d'auteur le 1er juin 2014. Les enseignants doivent effectuer par eux-mêmes une saine gestion de l'utilisation de l'œuvre d'autrui, et ce, en conformité avec la *Loi sur le droit d'auteur*.

La Politique a pour objet d'énoncer l'importance que l'Université accorde à la protection des droits des auteurs, d'établir les choix prioritaires qui doivent être faits par le Personnel enseignant relativement à l'utilisation de l'Œuvre d'autrui aux fins des activités d'enseignement, d'apprentissage, de recherche et d'étude privée et de définir un concept administratif de l'utilisation équitable de l'Œuvre d'autrui à ces fins.

Consultez la politique à l'adresse suivante : http://www.bibl.ulaval.ca/fichiers_site/bda/politique-oeuvre-autrui-ca-2014-85.pdf

Politique de la formation à distance

La Politique de la formation à distance établit les fondements de ce système de formation et garantit que la qualité des activités de formation à distance est égale à celle des autres activités de formation offertes par l'Université. La Politique précise les objectifs, définit les systèmes de formation disponibles à l'Université, formule les principes directeurs de la formation à distance et délimite les responsabilités des instances concernées, notamment celles des étudiants.

Consultez la politique à l'adresse suivante : <http://ulaval.ca/politique-formation-distance>

Politique relative à l'absence aux activités évaluées et à leurs reprises

La Politique relative à l'absence aux activités évaluées et à leurs reprises concerne l'absence aux activités évaluées pour tous les cours de 1er, 2e et 3e cycles offerts par le Département de science politique. Elle vise à assurer un traitement uniforme et équitable pour tous les étudiants.e.s.

L'absence à une activité évaluée est une situation exceptionnelle qui doit être justifiée par des motifs suffisamment sérieux, relevant de circonstances non prévisibles et indépendantes de la volonté de l'étudiant.e.

Pour lire la politique entière et remplir le formulaire de demande de reprise : <https://www.fss.ulaval.ca/sites/fss.ulaval.ca/files/fss/science-politique/monPortail/Pol-PolitiqueRelativeAbsenceActivitesEvalueesLeursReprises.pdf>

Évaluation de la qualité du français

La maîtrise du français est une compétence que doit posséder tout étudiant inscrit à l'Université Laval. En vertu de ce principe, la qualité de la langue est évaluée dans tous les travaux. Ainsi, chaque faute d'orthographe (grammaticale ou d'usage), de lexique (anglicismes...) de syntaxe ou de ponctuation sera pénalisée à sa première occurrence. Le total des fautes pourra faire perdre jusqu'à 10 % de la note.

Les pénalités seront pondérées en fonction de la longueur du texte produit :

- Moins d'une page = 5 % par faute
- Une à cinq pages = 3 % par faute
- Plus de cinq pages = 1 % par faute

Les travaux peuvent être rédigés selon l'orthographe traditionnelle ou nouvelle. Dans un même texte, un même mot devra être orthographié de manière uniforme.

Étudiants ayant un handicap, un trouble d'apprentissage ou un trouble mental

Les personnes étudiantes ayant droit à des mesures d'accommodements qui leur ont été accordées par une conseillère ou un conseiller du secteur Accueil et soutien aux étudiants en situation de handicap (ACSESH) doivent, s'ils désirent s'en prévaloir, activer ces mesures dans monPortail, et ce, dans les deux premières semaines de la session.

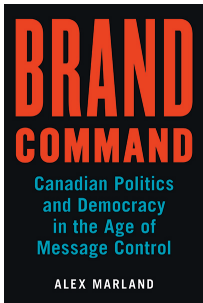
Les personnes étudiantes qui ont une déficience fonctionnelle ou un handicap, mais qui n'ont pas fait attester leur droit à des mesures, doivent contacter le secteur ACSESH au 418 656-2880 dans les meilleurs délais. Le secteur ACSESH recommande fortement de se prévaloir de ces mesures.

Gestion des délais

Tout retard non motivé entraîne une pénalité de 2% par jour, incluant les jours de fin de semaine et les jours fériés, sur le total des points attribués au travail.

Matériel didactique

Liste du matériel obligatoire



Brand command : Canadian politics and democracy in the age of message control

Auteur : Marland, Alexander J., 1973- auteur

Éditeur : UBC Press (Vancouver , 2016)

ISBN : 9780774832045

Liste du matériel complémentaire

Les articles, PDF ou liens externes des autres lectures obligatoires se trouvent dans la section "Contenu et activités".

Spécifications technologiques

Afin d'accéder sans difficulté au contenu de votre cours sur monPortail, vous devez vous référer aux informations ci-dessous.

Liste des navigateurs supportés :

- [Google Chrome](#)
- [Mozilla Firefox](#)
- Safari
- Internet Explorer 11 et plus

- [Opera](#)

Appareils mobiles

Il est important de préciser que l'utilisation des périphériques mobiles n'est pas officiellement supportée pour les sites de cours. La consultation des contenus est fonctionnelle pour la plupart des appareils sous Android et iOS, mais il existe certaines limites :

- les appareils mobiles sous Windows RT, BlackBerry et les iPhone 4 et 4S ne sont pas supportés;
- le contenu Flash n'est pas supporté, ce qui empêche la consultation des blocs de contenu audio-vidéo, de contenu Flash et de certaines présentations multimédias;
- la fonctionnalité de glisser-déposer n'est pas supportée, ce qui empêche la réalisation de certains questionnaires.

Team Viewer

TeamViewer est l'application utilisée par le CSTIP pour faire du soutien à distance. En exécutant cette application, vous permettez à un agent de soutien informatique de se connecter à votre poste pour vous aider.

- [Accédez à TeamViewer pour Windows](#)
- [Accédez à TeamViewer pour Mac](#)

Bibliographie et annexes

Bibliographie

- Alex Marland, Anna Lennox Esselment et Thierry Giasson (2017), *Permanent Campaigning in Canada*, Vancouver : UBC Press.
- Alex Marland, Thierry Giasson et Tamara A. Small (2014), *Political Communication in Canada: Meet the Press and Tweet the Rest*, Vancouver : UBC Press.
- Alex Marland (2016), *Brand Command: Canadian Politics and Democracy in the Age of Message Control*, Vancouver : UBC Press.
- Nick Anstead et Will Straw (2009), *The Change We Need : What Britain can learn from Obama's victory*, London : Fabian Society.
- Véronique Prince et Thierry Giasson (2019), *Là, tout de suite? : La gestion de crise gouvernementale à l'ère de l'instantanéité médiatique*, Québec : Presses de l'Université du Québec.