





5 crédits	30.0 h	Q1
-----------	--------	----

Enseignants	Koutroubas Theodoros ;Roginsky Sandrine ;
Langue d'enseignement	Anglais
Lieu du cours	Louvain-la-Neuve
Thèmes abordés	Le cours couvre les aspects suivants : 1/ Rappels théoriques (en bref) : éléments de marketing, de théorie de la communication, de définitions du lob-bying, du concept de " l'influence " et de concepts connexes. 2/ Etude, dans des contextes et à des niveaux différents (local, régional, national, européen) des stratégies de communication et d'influence de différents types d'acteurs collectifs : - organisations sociales (groupes d'intérêt, groupes de pression, mouvements sociaux, opérateurs économiques) ; - organisations politiques (partis politiques), et mandataires politiques individuels ; - institutions (administrations publiques, organismes publics et parapublics, institutions parlementaires et gouvernementales) 3/ Réflexion sur les " bonnes pratiques " et sur les règles éthiques, contraignantes ou non, en termes d'influence, de lobbying et de communication.
Acquis d'apprentissage	<p>Au terme de ce cours, l'étudiant sera capable d'analyser, dans des situations concrètes, les stratégies de communication et d'influence d'organisations sociales (groupes d'intérêt, groupes de pression, mouvements sociaux, opérateurs économiques), politiques (partis politiques ainsi que mandataires politiques) et institutionnelles (administrations publiques, organismes publics et parapublics, institutions parlementaires et gouvernementales). Il sera également outillé, à partir de ce décodage, pour intervenir en termes de consultance.</p> <p>1</p> <p>-----</p> <p><i>La contribution de cette UE au développement et à la maîtrise des compétences et acquis du (des) programme(s) est accessible à la fin de cette fiche, dans la partie « Programmes/formations proposant cette unité d'enseignement (UE) ».</i></p>
Méthodes d'enseignement	Ce cours fait alterner 2 intervenants de manière successive mais indépendante : la moitié des séances porte sur le lobbying et les stratégies d'influence, l'autre moitié sur la communication politique. Le cours s'appuie sur des lectures scientifiques que les étudiant.es doivent présenter et discuter.
Contenu	Ce cours doit (1) permettre de comprendre les processus d'influence et les pratiques de lobbying d'un côté et la nature et place de la communication dans l'action politique contemporaine de l'autre ; (2) permettre de développer des capacités d'analyse et de savoir-faire qui permettent de mieux appréhender des stratégies de communication et d'influence.
Autres infos	<p><u>1ère session</u> Partie Lobbying : examen oral = 50% de la note finale Partie Communication politique: (1) Travail en groupe (présentation orale d'une thématique en séance, restitution également écrite: 60% de la note de la partie communication politique) + (2) Travail individuel (Roadmap : stratégie communicationnelle en vue d'une élection: 40% de la note de la partie communication politique) + (3) 0 à 2 points ajoutés (à la note pour la partie communication politique) en fonction de la participation en cours = 50% de la note finale</p> <p><u>2ème session</u> Partie Lobbying: examen oral = 50% de la note finale Partie Communication politique : (1) Possibilité de reprendre le travail écrit issu de la présentation en groupe pour l'améliorer (60% de la note de la partie communication politique). (2) Le travail individuel doit quant à lui être totalement repris (40% de la note de la partie communication politique). Le sujet sera adapté et communiqué en début de 2ème quadrimestre. (3) Les points acquis en séances pour la participation (partie communication politique) sont conservés et ne peuvent être modifiés.= 50% de la note finale</p>
Faculté ou entité en charge:	PSAD

Programmes / formations proposant cette unité d'enseignement (UE)				
Intitulé du programme	Sigle	Crédits	Prérequis	Acquis d'apprentissage
Master [120] en communication	CORP2M	5		
Master [120] en sciences politiques, orientation générale	SPOL2M	5		
Master [120] en communication	COMM2M	5		
Master [120] en communication multilingue	MULT2M	5		
Master [120] en administration publique	ADPU2M	5		