

10 crédits	30.0 h	Q2
------------	--------	----

Enseignants	Bouckaert Thierry ;
Langue d'enseignement	Français
Lieu du cours	Mons
Préalables	/
Thèmes abordés	Comprendre et analyser les différents modèles de communications stratégiques proposés et appliqués par les organisations dans des contextes changeants.
Acquis d'apprentissage	<p>Au terme du cours, l'étudiant aura acquis les compétences lui permettant de :</p> <ul style="list-style-type: none"> > connaître et interpréter les différentes évolutions survenues dans le champ de la communication stratégique des organisations ; > définir et comprendre les différents modèles de fonctionnement des principaux genres de communications stratégiques des organisations ; > distinguer image institutionnelle et identité institutionnelle ; en connaître les principales composantes et méthodes d'analyse ; > connaître les différents stades d'élaboration des campagnes de communication institutionnelle et des plans stratégiques de communication ; > interpréter différents messages de communications institutionnelles à la lueur des stratégies mises en place et des éléments saillants qui les composent (analyse des signes). <p>Examen des principaux modèles de fonctionnement et analyse des enjeux relatifs aux divers genres suivants : > communication événementielle ; > campagnes de communication ; > systèmes d'identité visuelle ; > communication de crise ; > communication managériale ; > communication interne et communication de recrutement ; > communication financière ; > communication culturelle ; > lobbying et affaires publiques ; > autres stratégies de communication et stratégies mixtes.</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>
Modes d'évaluation des acquis des étudiants	Examen oral
Méthodes d'enseignement	Portefeuille de lectures Méthode des cas : divers cas de communications stratégiques organisationnelles seront préparés en groupes puis présentés et discutés durant le cours, avec un support audio-visuel.
Bibliographie	Libaert, T. (2008). Le Plan de communication': Définir et organiser votre stratégie de communication (3e éd.). Dunod. Starbuck, W. H. (2006). Organizational Realities: Studies of Strategizing and Organizing. OUP Oxford.
Faculté ou entité en charge:	COMU

Programmes / formations proposant cette unité d'enseignement (UE)				
Intitulé du programme	Sigle	Crédits	Prérequis	Acquis d'apprentissage
Certificat d'université en communication interne	COIN9CE	10		
Master [120] en communication (horaire décalé)	COHM2M	10		