




Au vu du contexte sanitaire lié à la propagation du coronavirus, les modalités d'organisation et d'évaluation des unités d'enseignement ont pu, dans différentes situations, être adaptées ; ces éventuelles nouvelles modalités ont été -ou seront- communiquées par les enseignant-es aux étudiant-es.

5 crédits	30.0 h	Q2
-----------	--------	----

Enseignants	Guillaume Fabienne ;Jacquet Charlotte (supplée Sepulchre Sarah) ;Sepulchre Sarah ;
Langue d'enseignement	Français
Lieu du cours	Mons
Thèmes abordés	Ce cours vise à identifier les spécificités communicationnelles du management des organisations culturelles (diagnostic de la communication, animation d'équipe') et à développer des cadres d'analyse et des modèles conceptuels permettant de mieux comprendre les dynamiques de la communication partenariale (envers les publics, mais aussi les pouvoirs subsidants, les mécènes, les entités locales) à l'uvre dans le secteur culturel. Dans cette perspective, le cours développera notamment une réflexion sur les diverses stratégies communicationnelles à visée coopérative et sur leur déploiement à l'ère numérique (fundraising, crowdfunding, nouveaux modes de philanthropie').
Acquis d'apprentissage	<p>Ce cours vise à doter les futur-e-s responsables des organisations culturelles (musées, festivals, centres culturels...) de cadres de référence et d'outils permettant de mieux cibler les particularités communicationnelles du management en secteur culturel, notamment en termes :</p> <ul style="list-style-type: none"> • de diagnostic et d'évaluation de la communication culturelle • d'engagement et de participation des publics • de nouvelles stratégies coopératives. <p>1</p> <p>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) ».</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	En raison de la crise du COVID-19, les informations de cette rubrique sont particulièrement susceptibles d'être modifiées. L'évaluation sera continue (en deux parties au moins dont une partie sous la forme d'un rendu écrit) à partir d'un projet de communication à mettre en place et à défendre à l'oral.
Méthodes d'enseignement	En raison de la crise du COVID-19, les informations de cette rubrique sont particulièrement susceptibles d'être modifiées. Le cours reposera sur des interventions théoriques, des analyses de cas pratiques, de sorties et de quelques exposés réalisés par des invité-e-s du secteur du milieu culturel. Des études de cas seront réalisées par les étudiant-e-s, sur des terrains d'activité divers (théâtres, festivals, expositions, musées...) en synergie avec les cours Communication et production événementielle et Pratiques de communication culturelle.
Contenu	Le cours de communication des organisations culturelles propose de décrypter les enjeux auxquels sont confrontés les organisations culturelles (musées, centres culturels, festivals...), leurs réseaux et les différentes parties prenantes inhérentes au milieu (les artistes, les publics, les pouvoirs politiques, le milieu économique, le milieu associatif, etc...).
Faculté ou entité en charge:	COMU

Programmes / formations proposant cette unité d'enseignement (UE)				
Intitulé du programme	Sigle	Crédits	Prérequis	Acquis d'apprentissage
Master [120] en communication	COMM2M	5		
Master de spécialisation en cultures visuelles	VISU2MC	5		
Master [60] en information et communication	COMM2M1	5		
Master [120] en communication (horaire décalé)	COHM2M	5		