





En raison de la crise du COVID-19, les informations ci-dessous sont susceptibles d'être modifiées, notamment celles qui concernent le mode d'enseignement (en présentiel, en distanciel ou sous un format comodal ou hybride).

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

Enseignants	Koutroubas Theodoros ;Koutroubas Theodoros (supplée Roginsky Sandrine) ;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>1</p> <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 parlementaires) et institutionnelles (ad-ministrations 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>----</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. La méthode d'évaluation pour ce cours est l'examen oral, en première comme en seconde session.
Méthodes d'enseignement	En raison de la crise du COVID-19, les informations de cette rubrique sont particulièrement susceptibles d'être modifiées. Le cours articule cours magistral par le professeur et lectures scientifiques que les étudiant.es doivent présenter et discuter. Il se fait à distance (sur Teams) sur les premières séances et, si les contraintes sanitaires le permettent, bascule en présentiel en octobre. Dans le cas contraire, il continuera à se faire à distance (en ligne).
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.
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 sciences politiques, orientation générale	SPOL2M	5		
Master [120] en communication multilingue	MULT2M	5		
Master [120] en communication	CORP2M	5		
Master [120] en administration publique	ADPU2M	5		
Master [120] en communication [Double diplôme UCLouvain - uSherbrooke]	COMM2M	5		