


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 + 10.0 h	Q1
-----------	-----------------	----

Enseignants	Lambotte François ;Renard Damien ;
Langue d'enseignement	Français
Lieu du cours	Mons
Préalables	/
Thèmes abordés	<ul style="list-style-type: none"> • La notion d'organisation et son évolution en sociologie des organisations (structures organisationnelles, contingence et influence de l'environnement, système d'autorité et de pouvoir, ') • Les théories de la communication et leur lien avec les organisations (approches transmissives et systémiques, images et représentations, ') • Les notions de communication « opérationnelle », « intégrative » et « organisante », celles de communication interne et externe ; • L'organisation comme système de comportements régulés par des cultures (notion de culture d'entreprise et de « corporate culture », ') • Les politiques ou stratégies de communication d'organisation (« communication d'entreprise », relations publiques, publicité, presse d'entreprise, ') comme modes d'intervention et de légitimation.
Acquis d'apprentissage	<p>Au terme de ce cours, l'étudiant sera capable :</p> <ul style="list-style-type: none"> • d'identifier, analyser et comprendre les phénomènes, dispositifs et processus de communication dans leur lien avec les notions d'organisation et d'action organisée; • de théoriser de manière critique les différentes formes et stratégies de « communication d'organisation » au regard d'une théorie de la communication organisationnelle. <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>
Modes d'évaluation des acquis des étudiants	<p>En raison de la crise du COVID-19, les informations de cette rubrique sont particulièrement susceptibles d'être modifiées.</p> <p>L'évaluation se ventile comme suit :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Synthèse d'article (20%) 2. Projet de communication (30%) 3. Revue de presse (10%) 4. Évaluation individuelle portant sur la compréhension de la matière partie 1 et partie 2 (40%) - Examen écrit via Moodle <p>Si l'étudiant.e obtient une note inférieure à 8/20 à l'examen écrit individuel ou à l'évaluation continue et qu'il existe un écart de plus de 50% entre les deux notes alors l'étudiant.e sera en échec et devra représenter l'examen à la session suivante.</p> <p>L'examen individuel se fera en présentiel. Dans le cas où cela ne sera pas possible, l'évaluation individuelle se fera via la plateforme Moodle.</p>
Méthodes d'enseignement	<p>En raison de la crise du COVID-19, les informations de cette rubrique sont particulièrement susceptibles d'être modifiées.</p> <p>Les cours de la partie 1 seront donnés à distance via la plateforme Teams de la semaine 2 à la semaine 6.</p> <p>La partie 2 fera l'objet de séances de coaching en présentiel en groupe restreint aux seuls étudiant.e.s devant préparer la présentation d'un article dans un format « podcast ». Ces séances de coaching auront lieu à partir de la semaine 7 dans l'auditoire et à l'horaire du cours.</p> <p>Pour les travaux pratiques, les séances plénières d'introduction et de feedback se feront via la plateforme teams. Les séances de coaching des groupes seront programmées en présentiel de sorte à respecter les jauges en vigueur (jaune/orange).</p>
Contenu	<p>Objectifs du cours</p> <p>Le cours poursuit deux objectifs :</p>

	<p>1. Vous initier au développement d'une stratégie de communication au service de l'organisation (Partie 1) 2. Vous offrir un panorama des différentes approches théoriques et conceptuelles du couple communication et organisation (Partie 2)</p> <p>Modalités d'enseignement</p> <p>Partie 1</p> <p>La première partie du cours vise à vous initier à l'élaboration d'une stratégie de communication. Cette partie couvre les notions suivantes :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Stratégie d'organisation et stratégie de communication • Analyse SWOT et des cinq forces de Porter • Les publics de l'organisation • Introduction aux stratégies de communication de crise, de changement, de lobbying et de marketing <p>Partie 2</p> <p>La deuxième partie du cours vise à vous faire découvrir les différentes approches théoriques et conceptuelles de la communication organisationnelle. Chaque cours repose sur une lecture préalable d'un article scientifique illustrant l'approche. Deux groupes seront désignés pour réaliser et présenter une synthèse de l'article (uniquement pour les sessions où une (*) apparaît, voir site du cours sur Moodle). A la suite de cette synthèse, il s'agira de passer en revue les éléments des articles nécessitant des éclaircissements.</p> <p>Attention, il est fortement conseillé à chaque étudiant de lire les articles en entier plutôt que de se reposer sur des résumés.</p> <p>Travaux pratiques</p> <p><i>Le projet de communication</i></p> <p>Le projet de communication débutera dans la deuxième partie du quadrimestre. Il comporte deux volets :</p> <p>Volet 1 : Audit et définition des objectifs</p> <p>Volet 2 : Outils/Actions/Mesures</p> <p><i>La revue de presse</i></p> <p>La semaine qui précède le cours, un groupe sera désigné pour réaliser cette revue de presse. Il ne s'agit pas d'un inventaire de l'actualité mais d'analyser en profondeur la manière dont une organisation aura été médiatisée durant la semaine. Le travail du groupe prendra la forme d'un article de blog qui sera publié chaque semaine.</p>
<p>Bibliographie</p>	<p>Voir portefeuille de lectures</p>
<p>Faculté ou entité en charge:</p>	<p>COMU</p>

Programmes / formations proposant cette unité d'enseignement (UE)				
Intitulé du programme	Sigle	Crédits	Prérequis	Acquis d'apprentissage
Bachelier en information et communication	COMM1BA	5		
Bachelier en sciences de gestion	GESM1BA	5		