





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

Enseignants	Guillaume Fabienne (supplée Sepulchre Sarah) ;Jacquet Charlotte ;Sepulchre Sarah ;
Langue d'enseignement	Français
Lieu du cours	Mons
Thèmes abordés	<p>De la stratégie à la réalisation du plan de communication, le cours de communication des organisations culturelles abordera toutes les étapes nécessaires pour la communication d'une institution ou d'un projet culturel :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Quoi ? – Analyse, positionnement, marque & storytelling 2. A Qui ? - Audience, parties prenantes, médiation, relations publiques, relations presse, participation 3. Comment ? Stratégie & outils de communication, créativité, plan d'action 4. Combien ça coûte ? communication & budget 5. Qui fait quoi ? métiers & gouvernance
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	<p>En raison de la crise du COVID-19, les informations de cette rubrique sont particulièrement susceptibles d'être modifiées.</p> <p>Le travail est collectif, par groupe de 3 à 5 étudiants maximum.</p> <p>L'évaluation est continue et se déroule en deux parties sous la forme écrite avec une discussion orale à l'issue du rendu du travail pour chaque étape :</p> <ul style="list-style-type: none"> - à mi-parcours un rendu écrit qui sera ensuite présenté et défendu à l'oral - le rendu final est un rendu écrit et présenté à l'oral <p>En cas de deuxième session, un travail écrit individuel est à rendre.</p> <p>Si la situation sanitaire l'exige, l'examen oral par groupe aura lieu via Teams.</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>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.</p>
Contenu	<p>Positionnement de marque, briefing créatif, audience, médiation, outils de communication, stratégie, métiers de la communication : 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...).</p> <p>La formation vise à donner aux étudiants des de cadres de référence et des outils de communication permettant de mieux cibler les particularités communicationnelles du management en secteur culturel, en posant la question des territoires à travers des analyses de cas pratiques, de visites culturelles de terrain.</p>

Autres infos	Scénarios pédagogiques en fonction de l'évolution de la crise sanitaire Code vert : présentiel Code jaune : présentiel Code orange : dispositif hybride (séances de cours en ligne, séances de questions/réponses en présentiel avec plus petits groupes) Nous privilégierons dans tous les cas les rendez-vous individuels par groupe en présentiel au maximum Code rouge : distanciel avec des rendez-vous spécifiques via Teams par petits groupes.
Faculté ou entité en charge:	COMU

Programmes / formations proposant cette unité d'enseignement (UE)				
Intitulé du programme	Sigle	Crédits	Prérequis	Acquis d'apprentissage
Master de spécialisation en cultures visuelles	VISU2MC	5		
Master [120] en histoire de l'art et archéologie, orientation musicologie	MUSI2M	5		
Master [120] en communication	COMM2M	5		
Master [120] en communication (horaire décalé)	COHM2M	5		
Master [60] en information et communication	COMM2M1	5		