



10.00 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>A la fin de cette unité d'enseignement, l'étudiant est capable de :</p> <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>
Modes d'évaluation des acquis des étudiants	Durant l'année, les étudiants seront évalués sur base de leur participation active au cours et de leur niveau de préparation de différents cas (lecture, sujets d'actualité, compréhension et discussion). Par ailleurs, un travail individuel et un examen oral (à livres ouverts) permettra d'évaluer les étudiants sur leur bonne compréhension des concepts présentés et discutés pendant le cours
Méthodes d'enseignement	<p>Portefeuille de lectures</p> <p>Revue de la littérature, approche des fondements théoriques</p> <p>Approche empirique : toutes les parties du cours sont illustrées par des cas concrets et pratiques de communications stratégiques organisationnelles. Ces cas, qui peuvent être tirés de l'actualité la plus récente, seront préparés en groupes puis discutés durant le cours.</p>
Bibliographie	<p>Libaert, T. (2008). <i>Le Plan de communication: Définir et organiser votre stratégie de communication</i> (3e éd.). Dunod.</p> <p>Starbuck, W. H. (2006). <i>Organizational Realities: Studies of Strategizing and Organizing</i>. OUP Oxford.</p> <p>Adary / Mas (2018). <i>Communicator. Toute la Communication a# l'ère digitale</i> (8ème éd.). Dunod.</p>
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		
Master [120] en communication stratégique (horaire décalé - en alternance)	COAM2M	5		