

5.00 crédits	15.0 h + 15.0 h	Q1
--------------	-----------------	----



Cette unité d'enseignement n'est pas accessible aux étudiants d'échange !

Enseignants	Delville Katia ;
Langue d'enseignement	Français
Lieu du cours	Louvain-la-Neuve
Thèmes abordés	Le cours projet a l'objectif de mettre en pratique les connaissances acquises dans les différents cours de chaque quadrimestre, dans le cadre d'un projet de communication d'organisation réaliste et concret. Les étudiants travaillent en groupe pour réaliser ce projet, guidés par le/les enseignants et des assistants. Le projet doit impliquer des dimensions analytiques et stratégiques, et permettre d'expérimenter la réalité professionnelle dans le domaine de la communication d'organisation. Il doit permettre de croiser les savoirs et les disciplines, en réalisant une forme de multidisciplinarité.
Acquis d'apprentissage	<p>A la fin de cette unité d'enseignement, l'étudiant est capable de :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mettre en oeuvre concrètement les savoirs accumulés dans leur programme d'études, ils auront vécu une expérience proche de la vie professionnelle qui les attend ; 2. Utiliser les compétences scientifiques acquises, dans le cadre d'une pensée stratégique orientée vers des résultats précis ; 3. Pratiquer le travail en équipe, en étant accompagnés et coachés ; 4. Pratiquer la production de supports et formes expressives ; 5. Se poser des questions de type éthique et critique sur leur pratique.

Modes d'évaluation des acquis des étudiants	<p>Première session</p> <p>1) Rapport écrit Chaque équipe devra soumettre un rapport de 20 pages comprenant :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Audit stratégique détaillé : Analyse approfondie du contexte, identification des enjeux et des opportunités. • Plan de communication complet : Stratégies et actions proposées, calendrier de mise en oeuvre, indicateurs de performance. • Section réflexive : Présentation des contributions individuelles de chaque membre, PV des réunions de travail, réflexion sur la dynamique d'équipe, les défis rencontrés et les apprentissages réalisés. <p>Date et remise : fin du quadrimestre, date à venir.</p> <p>2) Pitch final</p> <ul style="list-style-type: none"> • Evaluation basée sur la clarté, la créativité, la pertinence des propositions et la qualité de la présentation orale. <p>3) Participation et engagement</p> <ul style="list-style-type: none"> • Implication active durant les workshops et les sessions de travail en groupe. • Capacité à collaborer efficacement et à contribuer de manière significative au projet collectif. <p>A NOTER La présence à ce cours est requise. Les titulaires du cours pourront, en vertu de l'article 72 du Règlement général des études et examens, proposer au jury de s'opposer à l'inscription d'un-e étudiant-e qui n'aurait pas assisté à au moins 80% des séances (en amont et pendant la semaine du Hackaton), lors de la session de janvier ou de septembre. En cas d'utilisation d'IA génératives dans le cadre de la rédaction du plan de communication, l'étudiant.e est tenu.e d'indiquer systématiquement toutes les parties ayant fait l'objet de cette utilisation, par exemple en note de bas de page, en précisant si l'IA a été utilisée pour la recherche d'information, la rédaction du texte ou sa correction. Cette transparence est essentielle pour évaluer correctement le travail et respecter les normes académiques en vigueur.</p> <p>Seconde session Les étudiant.e.s ayant obtenu une note inférieure à 10 en première session seront invité.e.s à réaliser un travail écrit pour la session session. Pour ceux et celles dont la note est égale ou inférieure à 8, en plus de ce travail écrit, un oral individuel sera organisé pendant la session.</p>
Méthodes d'enseignement	<ol style="list-style-type: none"> 1. Introduction au cours et mise à niveau au travers de présentations magistrales avec applications et exemples 2. Briefing sur un cas réel présenté par un client du secteur marchand 3. Travail de groupe accompagné 4. Organisation d'un pitch pour une sélection de groupes en présence du client.
Contenu	<p>Le cours Projet 1 - secteur marchand, prend la forme d'un Hackaton de 4 jours. Les étudiant.e.s, regroupé.e.s en équipes de 6, travailleront sur un cas réel dont l'identité du client sera révélée lors d'une séance dédiée début novembre. Deux semaines avant le Hackathon, les équipes recevront des informations préliminaires pour se familiariser avec le contexte du projet.</p> <p>Le Hackaton se déroulera du mardi 12 au vendredi 15 novembre, combinant briefings, workshops ciblés et sessions de travail en groupe supervisées. Katia Delvaile et Olivia de Briey seront présentes de 9 à 17h chaque jour pour accompagner et guider les étudiant.e.s tout au long du Hackaton.</p> <p>Le cours Projet culminera le vendredi après-midi avec les présentations des pitches finaux devant un jury incluant le client lui-même, offrant ainsi aux étudiants l'opportunité de vivre une expérience professionnelle authentique et d'obtenir des retours de la part des commanditaires du projet.</p> <p>Acquis d'apprentissage Au terme de cet hackaton, les étudiant.e.s auront:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Appliqué concrètement les savoirs accumulés dans leur programme d'études à un projet réel. - Acquis une expérience de terrain en communication stratégique, proche de la vie professionnelle. - Mis en pratique leurs compétences scientifiques et techniques dans une réflexion stratégique. - Développé des compétences de travail en équipe en appliquant les principes de la sociocratie, en collaboration étroite avec leurs collègues et sous l'accompagnement des encadrantes. - Pratiqué la production de supports de communication et participé à des présentations professionnelles (pitch). <p>Présence obligatoire La présence obligatoire à ce cours (deux sessions en amont de la semaine et 4 jours de Hackaton) est requise. En vertu de l'article 72 du Règlement général des études et examens, les titulaires du cours peuvent s'opposer à l'inscription d'un.e étudiant.e à la session de janvier ou de septembre si celui.celle-ci n'a pas assisté à au moins 80% des cours.</p>
Ressources en ligne	Liste non exhaustive des ouvrages de référence: <ul style="list-style-type: none"> • Libaert, T (2023), Le plan de communication: Définir et organiser votre stratégie de communication (6e éd.). Malakoff: Dunod. L • Libaert, T. (2018). Communication : L'ouvrage de toutes les communications numériques. Paris: Vuibert.
Autres infos	L'encadrement du cours sera assuré par Olivia de Briey.

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	CORP2M	5		