






|              |                 |    |
|--------------|-----------------|----|
| 5.00 crédits | 30.0 h + 15.0 h | Q1 |
|--------------|-----------------|----|

|   |   |
|---|---|
| Enseignants                                 | Renard Damien ;   |
| Langue d'enseignement                       | Français  |
| Lieu du cours                               | Louvain-la-Neuve  |
| Thèmes abordés                              | Partant d'une vision intégrée de la communication d'entreprise, le but de ce cours est d'aborder la communication corporate en analysant son contexte managérial, son étendue, et ses principaux enjeux. Il s'agira également de présenter la communication corporate comme partie intégrante de l'organisation et de sa stratégie, d'introduire les principaux modèles et outils d'analyse (fonctionnaliste, processuelle et critique) de la communication corporate.  |
| Acquis d'apprentissage                      | <p><b>A la fin de cette unité d'enseignement, l'étudiant est capable de :</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Comprendre les enjeux de la communication corporate et de porter un regard réflexif sur les pratiques de communication d'entreprise, au niveau national et international ;</li> <li>2. Réaliser une analyse approfondie des enjeux de communication corporate (analyse des parties prenantes et veille stratégique) ;</li> <li>3. Développer une stratégie et un plan de communication corporate ayant pour objectifs : la gestion d'une crise, la gestion de la réputation, la gestion du changement, la construction de l'identité, des valeurs, de la motivation et de l'engagement du personnel ;</li> <li>4. Intégrer sa démarche communicationnelle dans la réflexion stratégique de l'entreprise.</li> </ol> |
| Modes d'évaluation des acquis des étudiants | <p><b>Première session</b> : travail de groupe, media-training, examen écrit individuel. Les trois parties sont obligatoires.</p> <p><b>Deuxième session</b> : examen écrit individuel</p>  |
| Méthodes d'enseignement                     | Les cours seront donnés à distance via la plateforme Teams. La formation de media-training fera l'objet de séances de coaching en présentiel en groupe restreint aux seuls étudiant.e.s.  |
| Bibliographie                               | La bibliographie complète du cours est disponible sur moodle.   |
| Autres infos                                | La participation au cours implique de suivre la formation de media training (en présentiel). L'objectif de l'atelier "Media Training est de vous apprendre à vous communiquer avec un media.  |
| Faculté ou entité en charge:                | COMU  |

| <b>Programmes / formations proposant cette unité d'enseignement (UE)</b>         |        |         |           |   |
|--|--------|---------|-----------|---|
| Intitulé du programme  | Sigle  | Crédits | Prérequis | Acquis d'apprentissage  |
| Master [120] en communication multilingue  | MULT2M | 5       |           |  |
| Master [120] en communication  | CORP2M | 5       |           |  |
| Master [120] en sciences et technologies de l'information et de la communication | STIC2M | 5       |           |  |
| Master [120] en communication  | COMM2M | 5       |           |  |
| Master [120] en journalisme  | EJL2M  | 5       |           |  |