

La version que vous consultez n'est pas définitive. Cette fiche d'activité peut encore faire l'objet de modifications. La version finale sera disponible le 1er juin.

5.00 crédits	30.0 h + 10.0 h	Q2
--------------	-----------------	----

Enseignants	Lambotte François ;Renard Damien ;
Langue d'enseignement	Français
Lieu du cours	Mons
Thèmes abordés	<p>Ce cours vise à introduire les différents enjeux relatifs à la communication organisationnelle selon deux approches.</p> <p>1. La première approche nommée communication au service l'organisation s'inscrit dans une logique fonctionnaliste : comment la communication de l'organisation soutient l'atteinte des objectifs stratégiques de l'organisation.</p> <p>a. Qu'est-ce qu'une stratégie ? Qu'est-ce qu'une stratégie de communication ?</p> <p>b. Comment s'organise la communication au sein de l'organisation ?</p> <p>c. Introduction et initiation aux différentes méthodes de conception d'un plan et d'une stratégie de communication (communication de corporate, de crise, de marketing, de lobbying).</p> <p>2. La seconde approche nommée communication organisationnelle prend volontairement du recul vis-à-vis des approches fonctionnalistes et vise à initier les étudiant.e.s à l'étude de phénomènes organisationnels par l'entremise de concepts ou théories issues des sciences de l'information et de la communication.</p>
Acquis d'apprentissage	<p><b>A la fin de cette unité d'enseignement, l'étudiant est capable de :</b></p> <p>Maîtriser et mobiliser de manière critique un socle de savoirs(théories, concepts, méthodes, outils, auteurs) en communication dans ses différentes disciplines de base (linguistique, sémiotique, sociologie, anthropologie, psychologie, ...) indispensables pour analyser des situations/problématiques de communication.</p> <p>AAS1</p> <p>Dans le domaine de la communication d'organisation : identifier et analyser les phénomènes et processus de communication dans leur lien avec les notions d'organisation et d'action organisée et en regard des différentes formes et stratégies de communication d'organisation.</p> <p>AAS3.</p>
Modes d'évaluation des acquis des étudiants	<p>L'évaluation se ventile comme suit:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Projet de communication (40%) en groupe + pondération individuelle via Dynamo</li> <li>2. Évaluation individuelle portant sur la compréhension de la matière partie 1 et partie 2 (60%) - Examen écrit</li> </ol>
Méthodes d'enseignement	<p>Pour la partie 1, la matière sera enseignée ex-cathedra. Concernant la partie 2, chaque cours repose sur une lecture préalable d'un article scientifique illustrant l'approche.</p> <p><i>En lien avec cette première partie, les étudiants devront réaliser un projet de communication.</i></p> <p>Pour la partie 2, les articles seront discutés en cours. Nous nous efforcerons de donner des exemples et des applications qui dépassent l'article à proprement parlé. Attention, il est fortement conseillé à chaque étudiant de lire les articles en entier plutôt que de se reposer sur des résumés.</p>
Contenu	<p><b>Partie 1</b></p> <p><b>La première partie du cours vise à vous initier à l'élaboration d'une stratégie de communication.</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Stratégie et à la stratégie de communication</li> <li>2. Conception d'un plan de communication</li> <li>3. Stratégie de communication corporate et de crise</li> <li>4. Analyse des parties prenantes</li> <li>5. Communication RSE</li> <li>6. Stratégie de communication interne &amp; du changement</li> <li>7. Stratégie de communication de lobbying</li> </ol> <p><b>Partie 2</b></p> <p><b>La deuxième partie du cours vise à vous faire découvrir les différentes approches théoriques et conceptuelles de la communication organisationnelle.</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Formes et structures organisationnelles (H. Mintzberg)</li> </ol>

	<ol style="list-style-type: none"><li>2. Vers une compréhension enrichie du concept de communication organisationnelle (Pierre de Saint Georges &amp; Nicole Giroux)</li><li>3. Approche psychosociale de la communication organisationnelle: la construction de sens (Karl Weick)</li><li>4. Approche critique de la communication organisationnelle (Foucault appliqué par V. Petitet)</li><li>5. Approche narrative de l'organisation (Giroux &amp; Marroquin)</li><li>6. Vers une communication engageante (Jouet &amp; Bernard)</li></ol>
Ressources en ligne	L'ensemble des ressources seront disponibles sur Moodle.
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
Bachelier en sciences humaines et sociales	HUSM1BA	5		
Bachelier en information et communication	COMM1BA	5		
Bachelier en sciences politiques, orientation générale	SPOM1BA	5		