

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	22.5 h	Q2
--------------	--------	----

Enseignants	Sepulchre Sarah ;
Langue d'enseignement	Français
Lieu du cours	Mons
Thèmes abordés	A travers l'étude de cas concrets, d'ateliers pratiques, de concepts théoriques, de sorties culturelles, d'interventions de conférenciers spécialisés, la formation vise à donner aux étudiant.es les outils nécessaires pour réaliser des projets de communication culturelle.
Acquis d'apprentissage	<p>A la fin de cette unité d'enseignement, l'étudiant est capable de :</p> <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 secteur culturel, notamment :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Définir sa stratégie de communication: maîtriser les notions de briefing créatif, positionnement, audience, médiation, relations publiques, presse... • Apprendre à formuler, argumenter, rédiger. Trouver les bons mots et le bon ton pour transmettre un contenu culturel ou artistique • Comprendre l'importance des outils digitaux et l'influence qu'ils ont dans la manière de produire du contenu • Développer une bonne culture générale artistique et culturelle • Être sensibilisé au lien entre culture et territoire
Modes d'évaluation des acquis des étudiants	<p>L'évaluation sera continue (en deux parties au moins dont une partie sous la forme d'un rendu écrit) à partir d'un projet de communication à mettre en place et à défendre à l'oral.</p> <p>L'utilisation de l'AI n'est pas autorisée.</p>
Méthodes d'enseignement	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.
Contenu	Il sera demandé aux étudiant.es de choisir un projet de communication culturelle à concevoir et à communiquer ; Au fil des cours, ils et elles apprendront toutes les étapes fondamentales à la mise sur pied de leur projet : identification du sujet, du public cible, choix des outils de communication, choix du ton, des mots, écriture du briefing créatif, mise sur pied du plan de communication, budget, évaluation.
Autres infos	<p>Scénarios pédagogiques en fonction de l'évolution de la crise sanitaire</p> <p>Code vert : présentiel</p> <p>Code jaune : présentiel</p> <p>Code orange : dispositif hybride (séances de cours en ligne, séances de questions/réponses en présentiel avec plus petits groupes)</p> <p>Nous privilégierons dans tous les cas les rendez-vous individuels par groupe en présentiel au maximum</p> <p>Code rouge : distanciel avec des rendez-vous spécifiques via Teams par petits groupes.</p>
Faculté ou entité en charge:	COMU

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