



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	Q1
--------------	--------	----

Langue d'enseignement	Français > English-friendly
Lieu du cours	Louvain-la-Neuve
Acquis d'apprentissage	
Modes d'évaluation des acquis des étudiants	Les étudiant(e)s sont évalué(e)s par le biais d'un examen écrit portant en partie sur le contenu du cours et les définitions, et en partie sur la résolution de cas (élaboration d'une stratégie et d'un plan d'action en communication).
Méthodes d'enseignement	Cours magistral avec études de cas et exercices, l'interactivité avec les étudiant(e)s est encouragée
Contenu	<p>La communication ne peut être que stratégique. Toute action doit s'inscrire dans un plan de communication global conçu pour atteindre des objectifs de communication définis, avec une stratégie réfléchie.</p> <p>Bien que ce cours soit dispensé en anglais, l'objectif principal n'est pas l'apprentissage de la langue. Il est donné par des professeurs non natifs anglophones qui placeront les étudiants dans un environnement professionnel où l'on parle principalement un « anglais international », avec des termes et un jargon spécifiques au secteur de la communication.</p> <p>Ce cours couvrira tous les éléments de la communication stratégique, depuis la place de l'équipe de gestion de la communication dans la hiérarchie d'une organisation jusqu'à la mesure des actions de communication. Il vise à enseigner comment construire un plan de communication stratégique à travers :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Normes organisationnelles : objectifs de l'entreprise, structure, budget, etc.</li> <li>• Analyse de la situation : audits, cartographie, collecte d'informations, opportunités, vulnérabilités, etc.</li> <li>• Principes et prérequis de la communication : mission, vision, objectifs, stratégie, messages, parties prenantes et publics cibles</li> <li>• Disciplines de la communication : communication institutionnelle, communication de marque, relations sur les réseaux sociaux, gestion de crise et des enjeux, affaires publiques, communication financière, communication interne, etc.</li> <li>• Évaluation : indicateurs clés de performance (KPI) et mesure</li> </ul>
Ressources en ligne	Les présentations utilisées pendant les cours seront mises en ligne sur Moodle juste avant chaque séance, afin de permettre aux étudiant(e)s de les annoter pendant l'exposé.
Bibliographie	<p>Gregory, Anne (2015). Planning and Managing Public Relations Campaigns: A Strategic Approach (PR In Practice). Kogan Page</p> <p>Starbuck, W. H. (2006). Organizational Realities: Studies of Strategizing and Organizing. OUP Oxford.</p>
Autres infos	<p><b>Langue du cours</b></p> <p>Le cours est dispensé en anglais des affaires. Il ne vise pas à enseigner la langue, mais à immerger les étudiant(e)s dans un environnement professionnel où l'anglais est la langue de travail, indépendamment de leur niveau linguistique initial.</p> <p><b>Méthodologie et présence</b></p> <p>La présence active au cours est indispensable pour réussir l'examen. Les présentations disponibles en ligne ne suffisent pas à saisir l'ensemble des explications et des nuances apportées oralement durant les séances. Il en va de même pour l'exercice de groupe organisé au cours du quadrimestre, qui consiste à élaborer un plan de communication en préparation à l'examen écrit.</p> <p><b>Usage de l'intelligence artificielle et des objets connectés</b></p> <p>L'utilisation de l'intelligence artificielle n'est pas utile pendant les cours mais peut éventuellement servir de support à la réflexion dans le cadre de l'exercice de groupe. En revanche, elle est strictement interdite durant l'examen.</p> <p>Par ailleurs, une partie de l'examen étant réalisée à livre ouvert (étude de cas), seules les notes "papiers" sont autorisées. <u>L'accès à tout appareil électronique (ordinateur, tablette, smartphone ou tout autre objet connecté) est formellement proscrit.</u></p>
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 journalisme	EJL2M	5		