

4.00 crédits	22.5 h	Q2
--------------	--------	----

Enseignants	Catellani Andrea ;
Langue d'enseignement	Français
Lieu du cours	Louvain-la-Neuve
Thèmes abordés	<p>Les bases philosophiques et conceptuelles de l'éthique de la communication.</p> <p>Les spécificités de l'éthique appliquée aux secteurs professionnels de la communication des organisations.</p> <p>Les codes et chartes déontologiques du secteur de la communication d'organisation, au niveau national et international.</p>
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. Maîtriser les notions de base de l'approche éthique en communication. 2. Connaître les aspects éthiques de différents domaines spécifiques de la communication. 3. Savoir interroger les actes de communication en termes éthiques.
Modes d'évaluation des acquis des étudiants	<p>2 points : présence active au cours (les modalités précises seront communiquées au début du cours).</p> <p>8 points : Travail de groupe. La participation au travail de groupe est obligatoire.</p> <p>10 points : examen écrit individuel en session.</p> <p>Deuxième session : examen écrit individuel en session. Les 2 points de présence active au cours ne peuvent pas être récupérés, et ils sont conservés pour la deuxième session s'ils ont été obtenus. Les étudiants qui doivent passer à la deuxième session et qui ont une cote insuffisante au travail de groupe auront des questions supplémentaires lors de l'examen écrit individuel en session.</p> <p>L'utilisation des intelligences artificielles lors des épreuves d'évaluation de ce cours est balisée par les règles mentionnées dans la note facultaire à ce sujet et disponible sur le site intranet de la faculté dans les informations à destination des étudiant.es (voir https://cdn.uclouvain.be/groups/cms-editors-espo/documents-tout-public/Note%20IA%20%C3%A9tudiants.pdf).</p>
Méthodes d'enseignement	Cours magistral avec analyse de cas pratiques en séance. Travail de groupe.
Contenu	<p>Au départ d'un cadre conceptuel qui interroge les notions d'éthique, de morale, de déontologie, etc., le cours se focalisera sur une approche éthique de la communication d'organisation.</p> <p>Les principales questions traitées porteront sur : la responsabilité sociétale des professionnels de la communication (secteurs marchands, publics et non marchands) ; les valeurs explicitement et implicitement diffusées ; la validité des réponses possibles face aux nouvelles attentes de la société civile en matière d'éthique ; la manière d'identifier un dilemme et de poser un choix éthique, et le support de l'éthique philosophique ; la place du cadre déontologique professionnel ; les enjeux éthiques posés par la communication numérique. Des problèmes et aspects éthiques spécifiques - notamment relatifs aux relations publiques, à la communication numérique et à la publicité - seront abordés.</p>
Ressources en ligne	Le cours s'appuie sur des documents PowerPoint présentés en cours et disponibles en ligne, avec le cas échéant les documents ou liens nécessaires.

<p>Bibliographie</p>	<p>Supports facultatifs:</p> <p><i>Communication & Professionnalisation</i>, n°5 : <i>Professionnalisation et éthique de la communication (1) : des principes à la formation</i>, UCL, 2017.</p> <p><i>Communication & Professionnalisation</i>, n°6 : <i>Professionnalisation et éthique de la communication (2) : approches sectorielles</i>, UCL, 2017.</p> <p>A. Catellani, C. Sauvajol-Rialland & F. Allard-huver, 2022, <i>Les relations publiques</i>, Paris, Dunod, chapitre 6.</p> <p>P. Cochinaux, <i>L'éthique</i>, fidélité, coll. Que penser de... ?, 2008.</p> <p>M. Canto-Sperber et R. Ogien, <i>La philosophie morale</i>, Que sais-je ?, 2017 (4ème édition).</p> <p>C. Renouard, 2015, <i>Éthique et entreprise</i>, Ivry-sur-Seine, Éditions de l'atelier.</p> <p>S. Mercier, 2014, <i>L'éthique dans les entreprises</i>, Paris, La Découverte.</p> <p>C. Ansperger, P. van Parijs, 2003, <i>Éthique économique et sociale</i>, Paris, La Découverte.</p> <p>C. E. Johnson, 2012, <i>Organizational Ethics</i>, Londres, Sage.</p> <p>R. Tench, L. Yeomans (eds.), 2017, <i>Exploring Public Relations</i>, chapitre 12.</p>
<p>Faculté ou entité en charge:</p>	<p>COMU</p>

Programmes / formations proposant cette unité d'enseignement (UE)				
Intitulé du programme	Sigle	Crédits	Prérequis	Acquis d'apprentissage
Master [120] en communication	CORP2M	4		