

3.00 crédits	15.0 h + 15.0 h	Q1
--------------	-----------------	----

Enseignants	Lahaye-Goffart Tom ;
Langue d'enseignement	Français
Lieu du cours	Louvain-la-Neuve
Thèmes abordés	• Le rôle de la communication dans le secteur des activités physiques et sportives, • Les enjeux de l'opinion, de l'image et de la réputation dans le monde sportif en évolution, • Les composantes et processus de rédaction d'un plan de communication, • Analyse des besoins de communication dans le secteur sportif, • Analyse du public cible, • Analyse de la situation, • Les canaux de communication, • Processus de communication interne et externe • Bases de l'expression orale, de l'écriture et de l'argumentation • Communication digitale
Acquis d'apprentissage	A la fin de cette unité d'enseignement, l'étudiant est capable de : • Définir les enjeux et les particularités de la communication dans le secteur des activités physiques et sportives (1.1, 1.2) • Procéder aux analyses des besoins de communication d'un acteur du secteur ainsi que d'établir un plan et des actions de communication, • Situer les modes de communication (1.1, 1.2) • Construire des arguments solides à partir de connaissances scientifiques et les présenter de manière appropriée, pertinente et convaincante (4.1, 4.2, 4.3, 4.4, 4.5) • Développer les compétences en matière de communication orale grâce à l'utilisation efficace de diverses techniques et outils, y compris les aides visuelles, les présentations, le langage verbal et corporel. (4.3) • Communiquer leurs messages de manière appropriée, en tenant compte de facteurs tels que le public le type de message, le canal de communication, la situation et les objectifs du message. (4.1, 4.2, 4.3, 4.4)

Modes d'évaluation des acquis des étudiants	# L'évaluation du cours comprend 3 composantes. # Composante A – Rapport écrit (plan de communication) réalisé en groupe. Chaque groupe devra soumettre un rapport de 25 pages minimum comprenant : • Audit de la situation et des canaux de communication. • Objectifs, cibles et messages clés. • Stratégies et actions proposées, budget et planning. • KPIs et outils de suivi. Ce rapport écrit constitue également la base de sélection des groupes admis à présenter la Composante B (voir ci-dessous). <i>La réalisation du travail est soumise à la charte « utilisation IA » en vigueur à la FSM (IA générative Université catholique de Louvain). L'étudiant est tenu de remplir le formulaire de déclaration d'utilisation de l'IA et de le joindre à son travail.</i> # Pondération de la composante A : 65 % # Composante B – Pitch final Présentation orale du plan de communication devant le jury. • Sur la base du rapport écrit, les 6 groupes les mieux classés sont sélectionnés pour présenter leur plan de communication devant le client et un jury mixte (académiques et professionnels du secteur). Les critères de sélection (qualité du diagnostic, cohérence stratégique, réalisme du plan d'action, originalité) sont communiqués aux étudiant-e-s en amont. • Durée par groupe : 15 minutes de présentation + 15 minutes de questions/réponses. • Évaluation basée sur la clarté, la créativité, la pertinence des propositions et la qualité de la prestation. • Cette composante constitue un bonus : elle s'ajoute à la note obtenue sur les Composantes A et C et ne peut en aucun cas la faire diminuer (voir règle de calcul). • Les groupes non sélectionnés réalisent une soutenance interne courte (8-10 minutes, sans jury) permettant de défendre oralement leurs choix ; cette soutenance ne fait pas l'objet d'une note mais conditionne la validation de la Composante C. # Pondération de la composante B : 15 % # Composante C – Participation et engagement • Implication active pendant les séances de cours et de travail en groupe. • Capacité à collaborer efficacement et à contribuer de manière significative au projet collectif. • La note de groupe est individualisée sur la base d'une évaluation par les pairs, portant sur la fiabilité, la qualité du travail fourni, l'esprit d'équipe et la contribution stratégique de chaque membre. Les résultats individuels restent confidentiels ; seule la note finale est communiquée. # Pondération de la composante C : 20 % # Règle de calcul de la note finale : • Note finale = $[(A \times 65 \%) + (B \times 15 \%) + (C \times 20 \%) ; (A \times 65 \% + C \times 20 \%) / 85 \%]$ • La seconde formule s'applique par défaut à tous les groupes non sélectionnés pour le Pitch devant jury (Composante B = 0). # Les modalités d'évaluation de la seconde session sont différentes de celles de la première session. Les étudiant-e-s ayant obtenu une note inférieure à 10/20 en première session devront réaliser un travail écrit individuel adapté pour la session.
Méthodes d'enseignement	• Cours théorique introductif sous forme d'exposés magistraux avec exemples et applications. • Briefing client : présentation d'un cas réel par un professionnel du secteur sportif. • Travail de groupe accompagné : mise en place d'un plan de communication complet. • Pitch final : présentation publique des résultats du travail devant le client et un jury académique.
Contenu	Le cours prend la forme d'un projet appliqué en communication stratégique dans le secteur sportif. Après une introduction théorique sur la création d'un plan de communication (audit de la situation et des canaux, définition des objectifs, identification des cibles, élaboration des messages clés, choix des actions, budget, planning, KPIs), les étudiant-e-s mettront ces savoirs en pratique. Un client issu du secteur sportif viendra présenter sa situation et ses besoins réels, permettant aux étudiant-e-s de travailler sur un cas concret et de développer un plan de communication adapté. Le travail se fera en groupes, sous la supervision de l'enseignant, avec des séances de suivi et de feedback optionnelles. Le cours se clôturera par un Pitch final devant un jury comprenant des experts académiques et du secteur, offrant ainsi une expérience professionnelle authentique.
Autres infos	Ce cours est strictement réservé aux étudiants FSM, son accès n'est pas possible aux autres étudiants UCLouvain.
Faculté ou entité en charge:	FSM

Programmes / formations proposant cette unité d'enseignement (UE)				
Intitulé du programme	Sigle	Crédits	Prérequis	Acquis d'apprentissage
Master [120] en sciences de la motricité, orientation générale	MOTR2M	3		
Master [120] en sciences de la motricité, orientation éducation physique	EDPH2M	3		