


5.00 crédits

30.0 h

Q2

Enseignants	Couvreur Aurélie ;Lambotte François ;
Langue d'enseignement	Français
Lieu du cours	Mons
Thèmes abordés	<p>La digitalisation touche tous les dimensions de la communication : les relations avec les publics, la production de contenu, l'analyse et le pilotage stratégique.</p> <p>Ce cours vise</p> <p>(1) à introduire les étudiant.e.s aux différents enjeux de cette transformation numérique en matière de communication corporate et de gestion de réputation, de communication de crise, de communication marketing et de communication interne.</p> <p>(2) Pour chacun de ces domaines, le cours visera à outiller les étudiant.e.s dans leur capacité analytique, méthodologique et technique afin de pouvoir</p> <ul style="list-style-type: none"> • Configuration des dispositifs de communication (réseaux sociaux, site web, outils collaboratifs) • Produire les contenus (content management) • Configuration, lancement et évaluation des actions de communication sur les différentes plateformes • Gestion des relations avec les publics (community management) <p>(3) Enfin, le cours a pour objectif de sensibiliser aux enjeux éthiques, juridiques et sociétaux relatifs aux évolutions rapides de cette digitalisation (dataification, automatisation, IA)</p>
Acquis d'apprentissage	<p>A la fin de cette unité d'enseignement, l'étudiant est capable de :</p> <p>CS1 Analyser l'environnement, l'organisation et ses pratiques de communication pour établir un diagnostic.</p> <p>CS8 Accompagner la digitalisation des processus de communication avec l'ensemble des parties prenantes (choix des outils, formation des parties prenantes, suivi et évaluation des outils).</p>
Modes d'évaluation des acquis des étudiants	L'évaluation portera sur un travail individuel visant à opérer un diagnostic et des recommandations de digitalisation en lien avec l'entreprise où l'étudiant.e réalise ses missions d'alternance.
Méthodes d'enseignement	Le cours mixera des cours ex-cathedra, études de cas et témoignages d'expert.e.s.
Contenu	<p>La digitalisation touche tous les dimensions de la communication : les relations avec les publics, la production de contenu, l'analyse et le pilotage stratégique.</p> <p>Ce cours vise</p> <p>1. à introduire les étudiant.e.s aux différents enjeux de cette transformation numérique en matière de communication corporate et de gestion de réputation, de communication de crise, de communication marketing et de communication interne.</p> <p>2. Pour chacun de ces domaines, le cours visera à outiller les étudiant.e.s dans leur capacité analytique, méthodologique et technique afin de pouvoir</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Configuration des dispositifs de communication (réseaux sociaux, site web, outils collaboratifs) 2. Produire les contenus (content management) 3. Configuration, lancement et évaluation des actions de communication sur les différentes plateformes 4. Gestion des relations avec les publics (community management) <p>3. Enfin, le cours a pour objectif de sensibiliser aux enjeux éthiques, juridiques et sociétaux relatifs aux évolutions rapides de cette digitalisation (dataification, automatisation, IA)</p>
Ressources en ligne	Les ressources seront mises à disposition sur Moodle.
Autres infos	Lien avec d'autres UE : stratégie et stratégies de communication

Faculté ou entité en charge:	COMU
------------------------------	------

Programmes / formations proposant cette unité d'enseignement (UE)				
Intitulé du programme	Sigle	Crédits	Prérequis	Acquis d'apprentissage
Master [120] en communication (horaire décalé)	COHM2M	5		
Master [120] en communication stratégique (horaire décalé - en alternance)	COAM2M	5		