

5.0 crédits

30.0 h

Enseignants:	Libaert Thierry ;
Langue d'enseignement:	Français
Lieu du cours	Louvain-la-Neuve
Thèmes abordés :	Comprendre et analyser les différents modèles de communications stratégiques proposés et appliqués par les organisations dans des contextes changeants.
Acquis d'apprentissage	<p>Au terme du cours, l'étudiant aura acquis les compétences lui permettant de :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; connaître et interpréter les différentes évolutions survenues dans le champ de la communication stratégique des organisations ;</li> <li>&gt; définir et comprendre les différents modèles de fonctionnement des principaux genres de communications stratégiques des organisations ;</li> <li>&gt; distinguer image institutionnelle et identité institutionnelle ; en connaître les principales composantes et méthodes d'analyse ;</li> <li>&gt; connaître les différents stades d'élaboration des campagnes de communication institutionnelle et des plans stratégiques de communication ;</li> <li>&gt; interpréter différents messages de communications institutionnelles à la lueur des stratégies mises en place et des éléments saillants qui les composent (analyse des signes).</li> </ul> <p><i>La contribution de cette UE au développement et à la maîtrise des compétences et acquis du (des) programme(s) est accessible à la fin de cette fiche, dans la partie « Programmes/formations proposant cette unité d'enseignement (UE) ».</i></p>
Contenu :	<p>Examen des principaux modèles de fonctionnement et analyse des enjeux relatifs aux divers genres suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; communication événementielle ;</li> <li>&gt; campagnes de communication ;</li> <li>&gt; systèmes d'identité visuelle ;</li> <li>&gt; communication de crise ;</li> <li>&gt; communication managériale ;</li> <li>&gt; communication interne et communication de recrutement ;</li> <li>&gt; communication financière ;</li> <li>&gt; communication culturelle ;</li> <li>&gt; lobbying et affaires publiques ;</li> <li>&gt; autres stratégies de communication et stratégies mixtes.</li> </ul>
Autres infos :	<p>Aucun, mais des connaissances en sémiologie constituent un atout.</p> <p>Tests, examen oral.</p> <p>Portefeuille de lecture, analyse de cas durant le cours.</p> <p>Divers cas de communications stratégiques organisationnelles sont présentés durant le cours, avec un support audio-visuel.</p>
Cycle et année d'étude :	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; <a href="#">Master [120] en communication multilingue</a></li> <li>&gt; <a href="#">Master [60] en information et communication</a></li> <li>&gt; <a href="#">Master [120] en information et communication</a></li> <li>&gt; <a href="#">Master [120] en langues et littératures modernes, orientation germaniques</a></li> <li>&gt; <a href="#">Master [120] en langues et littératures modernes, orientation générale</a></li> <li>&gt; <a href="#">Master [120] en langues et littératures françaises et romanes, orientation générale</a></li> <li>&gt; <a href="#">Master [120] en langues et littératures modernes et anciennes</a></li> <li>&gt; <a href="#">Master [120] en langues et littératures anciennes, orientation classiques</a></li> </ul>
Faculté ou entité en charge:	COMU