

5.0 crédits

30.0 h

Enseignants:	Bouckaert Thierry ;
Langue d'enseignement:	Français
Lieu du cours	Louvain-la-Neuve
Thèmes abordés :	Interpréter la communication des organisations à partir de certains concepts clefs : phénomènes de communication, processus de communication, politiques de communication interne, culture sociétale, culture sectorielle, culture catégorielle, culture professionnelle, culture projet et positionnement organisationnel ; Évaluer l'importance et le rôle de ces éléments : 1. dans la régulation de la communication interne; 2. dans la confection des stratégies et des politiques de communication interne
Acquis d'apprentissage	Au terme du séminaire, l'étudiant sera capable de: 1° Analyser à partir de cas d'organisations les processus de communication interne de l'organisation 2° Analyser à partir de cas précis l'organisation comme phénomène de communication et la communication comme phénomène d'organisation pour mettre à jour la culture d'organisation ou "culture d'entreprise". <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>
Contenu :	Le séminaire vise à analyser les phénomènes et politiques de communication interne et l'évolution de celle-ci à travers ses dimensions temporelle (historique) et pragmatique (interactions, modes de communication). Le séminaire présentera des modèles d'analyse: Les phénomènes d'identité dans l'organisation (Sainsaulieu) - La culture comme régulateur d'organisation (approches croisées de l'analyse stratégique et de la pragmatique de la communication). Cette activité d'enseignement favorisera l'alternance entre le travail individuel et en sous-groupes, séances plénières et attitude réflexive par rapport aux exposés en grand groupe. Un travail de synthèse permettra de présenter les différentes phases de la recherche et les conclusions provisoires que les étudiants peuvent tirer de l'analyse des phénomènes et des politiques de communication interne. Le passage d'une dimension purement descriptive à une dimension analytique articulée sur des questions de recherche, des hypothèses partielles et des éléments de vérification (confirmation-infirmité) sera privilégié.
Autres infos :	Connaissances suffisantes : des concepts et méthodes de la sociologie des organisations; des principales théories d'analyse des rapports entre communication et organisation (pragmatique, approche stratégique, théories de la régulation, théories du changement, théories de la contingence...) En outre, l'étudiant sera capable d'utiliser, au moins de manière partielle, les méthodes d'entretien, les méthodes d'analyse quantitative et qualitative. une aide assistante est nécessaire dès 25 étudiants Le séminaire requiert un encadrement par des assistants
Cycle et année d'étude: :	> Master [120] en information et communication
Faculté ou entité en charge:	COMU