

5.0 crédits

30.0 h

2q

Enseignants:	Lambotte François ;
Langue d'enseignement:	Français
Lieu du cours	Mons
Préalables :	/
Thèmes abordés :	Cet enseignement, construit dans le prolongement du cours de communication interne, se propose à partir d'études de cas et par le biais d'outils d'analyse de mettre en évidence les rôles respectifs des principales pratiques de communication interne (notamment en termes identitaires), leurs mécanismes de régulation (notamment dans le rapport formel /informel), et, par là, de dégager les priorités à mettre en oeuvre dans l'élaboration des stratégies de communication.
Acquis d'apprentissage	Au terme de ce séminaire, l'étudiant sera capable : ' de pratiquer l'analyse critique détaillée de la communication interne d'une entreprise marchande, non marchande ou d'une institution ; ' d'en préciser les enjeux en termes de culture d'organisation et dans les relations de l'organisation avec son environnement. <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>
Modes d'évaluation des acquis des étudiants :	Examen oral ou écrit
Méthodes d'enseignement :	Séminaire organisé autour d'études de cas, faisant appel à des interventions d'experts extérieurs.
Bibliographie :	LIBAERT Th. (2008), La communication interne de l'entreprise, Paris, Dunod OLIVESI S. (2006), La communication au travail, PUG
Cycle et année d'étude: :	> Master [120] en information et communication (horaire décalé) > Master [60] en information et communication > Master [120] en information et communication
Faculté ou entité en charge:	CCBM