

5.0 crédits

30.0 h

2q

Enseignants:	Donjean Christine ; Catellani Andrea ;
Langue d'enseignement:	Français
Lieu du cours	Louvain-la-Neuve
Préalables :	une connaissance des principales théories de la communication et de l'information. Le fait d'avoir suivi le cours de communications stratégiques des organisations est souhaitable pour avoir des notions sur la construction d'une stratégie de communication.
Thèmes abordés :	Le cours a pour objet d'étudier les formes de communication (relation et information) qui font la spécificité des relations publiques et des politiques de communication des organisations.
Acquis d'apprentissage	Au terme du cours, l'étudiant aura acquis les compétences lui permettant de : connaître et interpréter les évolutions marquantes des théories et des pratiques de relations publiques et des différents modèles actuels de relations publiques ; interpréter des situations de relations publiques en termes de rites de transactions et analyser les systèmes d'interactions caractérisant le jeu social mis en place par les participants dans différentes situations ou manifestations de relations publiques ; se poser des questions d'éthique sur les comportements de relations publiques ; analyser les composantes de l'identité des organisations communiquée par celles-ci à divers publics ; différencier les principaux types d'approches de la notion de public (en relations publiques). <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 :	travail de groupe (présentation écrite des résultats) et examen individuel (écrit).
Contenu :	Le cours se propose d'introduire l'étudiant à la compréhension et à l'analyse des situations et formes des relations publiques et de la communication d'identité (corporate communication) des organisations. Il présentera les différentes approches et conceptions des relations publiques, et aussi les principales étapes du développement de cette discipline, du point de vue scientifique académique et de la pratique professionnelle. Les différentes théories actuelles des relations publiques seront prises en considération, et aussi leurs principaux aspects normatifs et éthiques. Le cours abordera la notion de publique et celle de culture d'organisation, comme dimensions impliquées dans les relations publiques. Du point de vue des politiques de relations publiques actuelles, le cours introduira une série d'éléments pour faire comprendre, à l'aide d'exemple concrets : - les objectifs des relations publiques, - les cibles (différents publics et stakeholders), - les techniques et moyens qu'elles utilisent (écrits et oraux), - les formes d'évaluation des résultats des actions et politiques de relations publiques (score cards, etc.). Le cours présentera ainsi une série de catégories analytiques, issues des sciences de l'information et de la communication (d'origine sémiotique, anthropologique et sociologique), et montrera la façon de les utiliser pour analyser les matériaux et situations concrètes de relations publiques. La méthode choisie par les enseignants implique la présentation des concepts, des exemples d'analyse et le travail en groupe des étudiants.
Bibliographie :	présentations des enseignants, portefeuille de textes communiqué au début du cours.
Autres infos :	Des professionnels seront invités pour exposer des stratégies de RP particulièrement parlantes et exemplatives.
Cycle et année d'étude :	> Master [120] en information et communication > Master [120] en information et communication > Master [120] en communication multilingue > Master [60] en information et communication
Faculté ou entité en charge:	COMU