LCOMU2710

2015-2016

Ethique de la communication d'organisation

4.0 crédits	22.5 h	2q

Enseignants:	Catellani Andrea ;
Langue d'enseignement:	Français
Lieu du cours	Louvain-la-Neuve
Thèmes abordés :	Les bases philosophiques et conceptuelles de l'éthique de la communication. Approche conceptuelle et critique de quelques notions centrales : persuasion, influence, pouvoir, responsabilité. La responsabilité sociétale des professionnels de la communication des organisations, tant dans le secteur marchand que public et non marchand. La relation entre communication d'organisation, opinion publique et démocratie. Spécificités de l'éthique des secteurs principaux de la communication d'organisation : entre autres, la publicité, la relation avec les médias et globalement les relations publiques, la communication corporate, la communication interne, la communication en ligne. Les codes et chartes déontologiques du secteur de la communication d'organisation.
Acquis d'apprentissage	Savoir interroger les actes de communication d'organisation en termes éthiques et les situer relativement au droit et à la déontologie. Connaître les aspects éthiques de différents domaines de la communication d'organisation (entre autres, relations publiques, publicité, communication en ligne, communication interne), tant dans le secteur marchand que public et non marchand. *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) ».*
Modes d'évaluation des acquis des étudiants :	Les méthodes d'évaluation seront communiquées au début du cours.
Méthodes d'enseignement :	Cours magistral, exercices. L'invitation de spécialistes de l'éthique des organisations sera possible.
Contenu :	Le cours propose une introduction à la réflexion et à la prise de décision éthique dans le domaine de la communication d'organisation, en cherchant la synthèse entre notions générales et applications spécifiques. Une attention importante sera portée sur les bases philosophiques de l'éthique de la communication et sur les notions cruciales. Différentes écoles éthiques seront introduites. Le cours veut permettre à l'étudiant de maitriser des références éthiques dans les différents domaines de la communication des organisations : relations publiques, publicité, communication interne, communication dans le monde numérique. Pour ce faire, le cours proposera des moyens d'analyse éthique des situations et de discernement, ainsi que les principales instances et codes déontologiques et éthiques existantes.
Autres infos :	Les supports du cours seront mis à disposition au début et pendant le cours.
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	CORP2M	4	-	
Master [60] en information et communication	COMU2M1	3	-	