LLSMS2006

2015-2016

Strategic Communication

5.0 crédits	30.0 h	2q

Enseignants:	François Jacques ;
Langue d'enseignement:	Anglais
Lieu du cours	Louvain-la-Neuve
Préalables :	Marketing de base
Thèmes abordés :	Créativité, conception d une stratégie multicanale (mass médias, promotion, e-communication, relations publiques, événementiel, '), media planning, détermination du budget, mesure de l efficacité
Acquis d'apprentissage	Eu égard au référentiel des acquis d'apprentissage AA du programme, cette activité contribue au développement et à l'acquisition des AA suivants: -- 1. Agir en acteur socialement responsable 1.1. 'porter un regard critique et réflexif ' 1.2. Décider et agir en intégrant des valeurs éthiques, humanistes ,' 2. Maîtrise des savoirs 2.1. Maîtriser un socle de savoirs ' 2.2. Maîtriser des savoirs hautement spécialisés ' 2.3. Articuler des savoirs issus de différents domaines 2.4. Activer et appliquer des savoirs' 2.5. Contribuer au développement de nouveaux savoirs 3. Appliquer une démarche scientifique 3.1. Mener un raisonnement analytique' 3.2. Collecter, sélectionner et analyser les informations, ' 3.3. Penser le problème selon une approche systémique et globale, ' 3.4. Synthétiser avec discernement ' faire preuve d'abstraction conceptuelle ' 3.5. Dégager' des solutions implémentables' 4. Innover et entreprendre 4.1. Identifier des opportunités de nouveautés et faire preuve de créativité ' 4.2. Entreprendre, développer et concrétiser ses idées en un nouveau projet' 6. Travailler en équipe et en exercer le leadership 6.1. Travailler en équipe... 7. Gérer un projet 7.1. Cadrer un projet ' et en définir les résultats attendus' 8. Communiquer 8.1. Exprimer un message de façon claire et structurée' 8.2. Interagir et dialoguer de façon efficace' 8.3. Convaincre et négocier' *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 :	Examen (Français ou Anglais)
Méthodes d'enseignement :	Activités en présentiel X Exposés magistraux Activités hors présentiel X Lectures préparatoires X Rédaction de travaux
Contenu :	Méthodes Activités en présentiel X Exposés magistraux Activités hors présentiel X Lectures préparatoires X Préparation des exercices X Rédaction de travaux

Bibliographie :	: DIAPORAMA obligatoire et disponible en ligne . OUVRAGE proposé : P. De Pelsmacker, M. Geuens : Marketing Communications : a European Perspective , 5th edition, Pearson non obligatoire. OUVRAGE proposé : P. De Pelsmacker, M. Geuens : Marketing Communications : a European Perspective , 5th edition, Pearson obligatoire . Pas de dossier de lectures. . Les supports disponibles en ligne sont sur ICAMPUS.
Autres infos :	Eléments d internationalisation X contenu international X étude de cas
Faculté ou entité en charge:	CLSM

Programmes / formations proposant cette unité d'enseignement (UE)

Intitulé du programme	Sigle	Crédits	Prérequis	Acquis d'apprentissage
Master [120] en sciences de gestion	GEST2M	5	-	
Master [120] en ingénieur de gestion	INGE2M	5	-	
Master [120] en sciences de gestion	GESM2M	5	-	
Master [120] ingénieur de gestion	INGM2M	5	-	