






5 crédits	30.0 h	Q2
-----------	--------	----

Enseignants	Depotte Jean-Luc ;Jenart Delphine ;Lambotte François coordinateur ;
Langue d'enseignement	Français
Lieu du cours	Mons
Préalables	/
Thèmes abordés	<p>Travail en commun autour d'études de cas dans des domaines variés du non marchand : théâtre, musique, sensibilisation à une cause, expositions, collectes de fonds, événements'</p> <p>Compilation de données et constitution commentée d'un dossier de communication à partir d'un cas existant.</p> <p>Création d'une campagne :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>o Analyse des besoins</li> <li>o Choix des moyens/outils</li> <li>o Gestion des relais et relations avec la presse</li> </ul>
Acquis d'apprentissage	<p>Au terme de cet enseignement, l'étudiant sera capable :</p> <p>1 ' de procéder à une analyse des besoins et d'établir un plan de communication et un cahier des charges complet relatif à une campagne dans le secteur non marchand ;</p> <p>' d'intégrer les relations avec la presse au processus de communication (communiqué, dossier et conférence de presse).</p> <p>-----</p> <p><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></p>
Modes d'évaluation des acquis des étudiants	<p>Evaluation continue, évaluation des productions et entretien réflexif en session.</p> <p>En cas de seconde session, l'évaluation continue est remplacée par une synthèse de lectures imposées et l'évaluation des productions (réalisées en groupe durant l'année) est remplacée par l'évaluation d'une production réalisée individuellement.</p>
Méthodes d'enseignement	Séminaire alternant les rencontres avec des praticiens des secteurs culturel et associatif et le travail sous forme d'ateliers.
Contenu	<p><b>Objectifs</b></p> <p>Au terme de cet enseignement, l'étudiant sera capable :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• à partir d'un positionnement distancié, de produire des textes relatifs à des événements culturels ;</li> <li>• de sélectionner des contenus visuels et sonores et de les articuler à des fins documentaires ou promotionnelles ;</li> <li>• d'utiliser les ressources des réseaux sociaux, au service du secteur culturel.</li> </ul> <p><b>Contenu</b></p> <p>Continuation et finalisation du « carnet de culture » commencé en Q1 dans le cadre du cours d'« Etudes Culturelles ». Production en synergie avec le cours de Communication Événementielle.</p> <p>Travail - coaché par un spécialiste - de prise de sons et d'images, relatif à différents événements culturels ; montage en sous-groupes et production d'un livrable en fin de programme.</p> <p>Organisation de la diffusion en réseau d'une communication centrée sur un événement culturel.</p>
Bibliographie	<p>COLBERT F. (2014), Marketing des Arts et de la Culture, Montréal, Chenelière Education, [4e éd.]</p> <p>RUBY Chr. (2017), Devenir spectateur, Toulouse, éd. de l'Attribut</p> <p>CARDON D.(2015), À quoi rêvent les algorithmes, nos vies à l'heure des big data, Paris, Seuil</p>

Faculté ou entité en charge:	COMU
------------------------------	------

<b>Programmes / formations proposant cette unité d'enseignement (UE)</b>				
Intitulé du programme	Sigle	Crédits	Prérequis	Acquis d'apprentissage
Master [120] en journalisme	EJL2M	5		
Master de spécialisation en cultures visuelles	VISU2MC	5		
Master [120] en communication (horaire décalé)	COHM2M	5		
Master [120] en communication	COMM2M	5		
Master [120] en information et communication	COMU2M	5		
Master [60] en information et communication	COMM2M1	5		