



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

Enseignants	Guillaume Fabienne ;Sepulchre Sarah ;
Langue d'enseignement	Français
Lieu du cours	Mons
Thèmes abordés	Ce cours vise à identifier les spécificités communicationnelles du management des organisations culturelles (diagnostic de la communication, animation d'équipe') et à développer des cadres d'analyse et des modèles conceptuels permettant de mieux comprendre les dynamiques de la communication partenariale (envers les publics, mais aussi les pouvoirs subsidants, les mécènes, les entités locales') à l'uvre dans le secteur culturel. Dans cette perspective, le cours développera notamment une réflexion sur les diverses stratégies communicationnelles à visée coopérative et sur leur déploiement à l'ère numérique (fundraising, crowdfunding, nouveaux modes de philanthropie').
Acquis d'apprentissage	<p>Ce cours vise à doter les futur-e-s responsables des organisations culturelles (musées, festivals, centres culturels...) de cadres de référence et d'outils permettant de mieux cibler les particularités communicationnelles du management en secteur culturel, notamment en termes :</p> <ul style="list-style-type: none"> • de diagnostic et d'évaluation de la communication culturelle • d'engagement et de participation des publics • de nouvelles stratégies coopératives. <p>1</p> <p>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) ».</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	L'évaluation consistera en première et deuxième session en un examen écrit théorique. Les étudiant-e-s seront évalué-e-s sur leur compréhension et leur connaissance des contenus abordés au cours, soit sous forme de restitution, soit sous forme de réflexion argumentée.
Méthodes d'enseignement	Le cours reposera sur des interventions théoriques et sur une série d'exposés réalisés par des invité-e-s du secteur du milieu culturel. Des études de cas seront réalisées par les étudiant-e-s, sur des terrains d'activité divers (théâtres, festivals, expositions, musées...) en synergie étroite avec les cours Communication et production événementielle et Pratiques de communication culturelle.
Contenu	Ce cours vise à identifier les spécificités communicationnelles du management des organisations culturelles (diagnostic de la communication, animation d'équipe...) et à développer des cadres d'analyse et des modèles conceptuels permettant de mieux comprendre les dynamiques de la communication partenariale (envers les publics, mais aussi les pouvoirs subsidants, les mécènes, les entités locales...) à l'œuvre dans le secteur culturel. Dans cette perspective, le cours développera notamment une réflexion sur les diverses stratégies communicationnelles à visée coopérative et sur leur déploiement à l'ère numérique (fundraising, crowdfunding, nouveaux modes de philanthropie...).
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 (horaire décalé)	COHM2M	5		
Master [120] en communication	COMM2M	5		
Master [60] en information et communication	COMM2M1	5		