




Au vu du contexte sanitaire lié à la propagation du coronavirus, les modalités d'organisation et d'évaluation des unités d'enseignement ont pu, dans différentes situations, être adaptées ; ces éventuelles nouvelles modalités ont été -ou seront- communiquées par les enseignant-es aux étudiant-es.

5 crédits	30.0 h + 15.0 h	Q1
-----------	-----------------	----

Enseignants	Renard Damien ;
Langue d'enseignement	Français
Lieu du cours	Louvain-la-Neuve
Thèmes abordés	Partant d'une vision intégrée de la communication d'entreprise, le but de ce cours est d'aborder la communication corporate en analysant son contexte managérial, son étendue, et ses principaux enjeux. Il s'agira également de présenter la communication corporate comme partie intégrante de l'organisation et de sa stratégie, d'introduire les principaux modèles et outils d'analyse (fonctionnaliste, processuelle et critique) de la communication corporate.
Acquis d'apprentissage	<ol style="list-style-type: none"> 1. Comprendre les enjeux de la communication corporate et de porter un regard réflexif sur les pratiques de communication d'entreprise, au niveau national et international ; ----- 2. Réaliser une analyse approfondie des enjeux de communication corporate (analyse des parties prenantes et veille stratégique) ; ----- 3. Développer une stratégie et un plan de communication corporate ayant pour objectifs : la gestion d'une crise, la gestion de la réputation, la gestion du changement, la construction de l'identité, des valeurs, de la motivation et de l'engagement du personnel ; ----- 4. Intégrer sa démarche communicationnelle dans la réflexion stratégique de l'entreprise. ----- <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	En raison de la crise du COVID-19, les informations de cette rubrique sont particulièrement susceptibles d'être modifiées. Première session : travail de groupe, examen écrit individuel en session. Les deux parties sont obligatoires. Deuxième session : examen écrit individuel en session.
Méthodes d'enseignement	En raison de la crise du COVID-19, les informations de cette rubrique sont particulièrement susceptibles d'être modifiées. séances magistrales ; exercices; lecture et étude individuels; travail en groupe accompagné.
Bibliographie	<ol style="list-style-type: none"> 1. Corporate Communication: A Guide to Theory and Practice. J. Cornelissen, 2017. 2. Corporate Communication. Paul A. Argenti, 2016. 3. La communication institutionnelle. E. Giully, Presse Universitaire de France, Quadrige Manuels, 2013. 4. La communication corporate. T. Libaert et K. Johannes, Dunod, Les Topos, 2010.
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	COMM2M	5		
Master [120] en communication multilingue	MULT2M	5		
Master [120] en communication	CORP2M	5		
Master [120] en journalisme	EJL2M	5		