

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	Q1
-----------	--------	----

Enseignants	Créteur Philippe (coordinateur) ;Nguyen-Minh Valérie ;Velge Baudouin ;
Langue d'enseignement	Français
Lieu du cours	Louvain-la-Neuve
Thèmes abordés	<p>État, histoire et tendances des métiers de la communication d'organisation en Belgique et en Europe : les professionnels qui travaillent au sein d'organisation privées et publiques, marchandes et non marchandes ; les consultants et les agences. Les associations professionnelles du secteur. Les notions de profession et de professionnalisation et leur application à la communication d'organisation.</p> <p>Analyse des logiques socio-économiques, socio-politiques et socio-culturelles en oeuvre dans les départements et équipes de communication dans les organisations, et dans les agences et cabinets de consultance. Une attention particulière sera donnée aux enjeux de la diversité et des relations entre les genres (ex. : le « glass ceiling »), ainsi que au contexte de la numérisation et de ses implications.</p>
Acquis d'apprentissage	<p>1. avoir acquis une connaissance globale des différents acteurs du secteur de la communication d'organisation, notamment en Belgique et en Europe, et des enjeux de la professionnalisation de ce secteur ;</p> <p>----</p> <p>2. reconnaître les principales caractéristiques et structures socio-économique, socio-culturelles et socio-politiques qui caractérisent les métiers de la communication d'organisation aujourd'hui.</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>En raison de la crise du COVID-19, les informations de cette rubrique sont particulièrement susceptibles d'être modifiées. L'évaluation: elle se fera par l'intermédiaire d'un examen écrit portant sur les différents aspects du cours. Un travail de groupe sera réalisé par les étudiants afin de mettre en pratique les méthodes de travail proposées (le travail portera sur la communication mise en place par une PME belge). Une réflexion personnelle sera aussi attendue à l'égard du positionnement professionnel.</p> <p>Session de janvier : le travail de groupe représente 50% de la cote finale première session (avec partie intégrée Lépine) + deux examens (Velge/Lépine)</p> <p>Seconde session :</p> <p>Tous les candidats passent un examen avec trois questions (en une épreuve unique de 2h – Velge/Lépine/ Créteur). La cote du travail de groupe n'est plus prise en compte .</p>
Méthodes d'enseignement	<p>En raison de la crise du COVID-19, les informations de cette rubrique sont particulièrement susceptibles d'être modifiées. Orienté sur le métier de communicant et sa place dans l'entreprise, le cours articule les apports théoriques et pratiques complémentaires permettant de montrer comment la communication s'est structurée autour de grands acteurs. Par des exemples concrets, le cours donne des clés de travail pour le/la future responsable de la communication. En engageant les étudiants sur une problématisation de leur propre professionnalisation, le cours engage à la réflexivité et à la construction d'un positionnement professionnel et personnel.</p>
Contenu	<p>LES GRANDS ACTEURS DU SECTEUR DE LA COMMUNICATION (BAUDOIN VELGE)</p> <p>L'histoire et l'évolution du concept de la communication de Lascaux à l'iPhone; la communication corporate et ses composantes</p> <p>L'organisation de la communication: en interne ou en externe? Service séparé ou intégré? Marketing, juridique, financier?</p> <p>Les agences: dans le monde; en Belgique; intégrés vs indépendants.</p> <p>Les organisations professionnelles internationales et belges: rôle, gouvernance, éthique</p> <p>LES ENJEUX PROPRES A LA COMMUNICATION DES PME (PHILIPPE CRETEUR)</p> <p>La communication des PME – Etat des lieux (enquête Dedicated 2010)</p> <p>La génération de confiance – Objectif de la communication des PME</p>

	<p>Les facteurs d'adoption: comment rassurer ses «parties prenantes» (stakeholders)?</p> <p>Construire son message: les outils d'analyse de la communication de l'entreprise</p> <p>Communiquer avec ses clients: des «early adopters» aux «réfractaires»</p> <p>La communication B to C pour franchir le «gouffre»: les cas ARGIO et ABRAKAM</p> <p>La communication interne: outil de communication B to B (le cas STÛV)</p> <p>Le profil du communicant externe en PME: un homme ou une femme multitâche</p> <p>Les missions clés du RP'</p> <p>Les réseaux professionnels: outil de communication préféré des PME</p> <p>Les relations presse: un outil dynamique à la portée des PME</p> <p>DYNAMIQUES ET ENJEUX DE LA PROFESSIONNALISATION DES COMMUNICATEURS (VALERIE LEPINE)</p> <p>Penser la professionnalisation: jeux de frontières; institutionnalisation de la fonction Constitution des groupes professionnels: spécialisations, différenciations, hybridations; formalisation d'un corpus de savoirs et d'une expertise, structuration du champ de formation</p> <p>Identifier les normes d'un professionnalisme en évolution: référentiels de métiers et de compétences; évolutions liées au numérique; enjeux de la féminisation des métiers de la communication; éléments de prospectives</p> <p>Développer une professionnalité singulière: ethos professionnel, engagement dans la praxis, positionnement et ambition professionnels, portfolio de compétences.</p>
Autres infos	<p>Calendrier des interventions:</p> <p>Créneau horaire habituel du cours: lundi 16h15-18h00 MONT03</p> <p>Les dates:</p> <p>Philippe Créteur : 1/10, 15/10, 12/11</p> <p>Baudouin Velge : 24/09, 08/10, 26/11</p> <p>Valérie Lépine : 9/11 et 16/11 (8h30 à 16h30)</p> <p>L'examen final aura lieu en janvier 2019 (la date sera fixée avec le secrétariat de formation).</p>
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	5		