

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.

10 crédits	30.0 h	Q2
------------	--------	----

Enseignants	Bouckaert Thierry ;
Langue d'enseignement	Français
Lieu du cours	Mons
Préalables	/
Thèmes abordés	Comprendre et analyser les différents modèles de communications stratégiques proposés et appliqués par les organisations dans des contextes changeants.
Acquis d'apprentissage	<p>Au terme du cours, l'étudiant aura acquis les compétences lui permettant de :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; connaître et interpréter les différentes évolutions survenues dans le champ de la communication stratégique des organisations ;</li> <li>&gt; définir et comprendre les différents modèles de fonctionnement des principaux genres de communications stratégiques des organisations ; &gt; distinguer image institutionnelle et identité institutionnelle ; en connaître les principales composantes et méthodes d'analyse ;</li> <li>&gt; connaître les différents stades d'élaboration des campagnes de communication institutionnelle et des plans stratégiques de communication ;</li> <li>&gt; interpréter différents messages de communications institutionnelles à la lueur des stratégies mises en place et des éléments saillants qui les composent (analyse des signes).</li> </ul> <p>Examen des principaux modèles de fonctionnement et analyse des enjeux relatifs aux divers genres suivants : &gt; communication événementielle ; &gt; campagnes de communication ; &gt; systèmes d'identité visuelle ; &gt; communication de crise ; &gt; communication managériale ; &gt; communication interne et communication de recrutement ; &gt; communication financière ; &gt; communication culturelle ; &gt; lobbying et affaires publiques ; &gt; autres stratégies de communication et stratégies mixtes.</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	<b>En raison de la crise du COVID-19, les informations de cette rubrique sont particulièrement susceptibles d'être modifiées.</b> Durant l'année, les étudiants seront évalués sur base de leur niveau de préparation de différents cas (lecture, compréhension et discussion). Un examen écrit permettra d'évaluer les étudiants sur leurs connaissances théoriques.
Méthodes d'enseignement	<b>En raison de la crise du COVID-19, les informations de cette rubrique sont particulièrement susceptibles d'être modifiées.</b> Portefeuille de lectures Méthode des cas : divers cas de communications stratégiques organisationnelles seront préparés en groupes puis présentés et discutés durant le cours, avec un support audio-visuel.
Bibliographie	Libaert, T. (2008). Le Plan de communication: Définir et organiser votre stratégie de communication (3e éd.). Dunod. Starbuck, W. H. (2006). Organizational Realities: Studies of Strategizing and Organizing. OUP Oxford.
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
Certificat d'université en communication interne	COIN9CE	10		
Master [120] en communication (horaire décalé)	COHM2M	10		