





En raison de la crise du COVID-19, les informations ci-dessous sont susceptibles d'être modifiées, notamment celles qui concernent le mode d'enseignement (en présentiel, en distanciel ou sous un format comodal ou hybride).

5 crédits	30.0 h	Q1
-----------	--------	----

Enseignants	Alexandre Catherine ;
Langue d'enseignement	Français
Lieu du cours	Louvain-la-Neuve
Thèmes abordés	<p>Le cours initie les étudiants à la pratique et à la théorie concernant les outils méthodologiques spécifiques de la communication d'organisation, en approfondissant la dimension organisationnelle des techniques et méthodes de communication ; plus particulièrement dans le secteur :</p> <ul style="list-style-type: none"> • des audits de communication, surtout tournés vers les fonctions et flux de communication, de modes de communication et d'images organisationnelles ; • de sondages d'opinions et d'études de marché ; • d'analyse des composantes de l'identité organisationnelle et de la culture organisationnelle ; • de méthodes de mesure d'audience et d'approche des publics. <p>En outre, il permet un examen comparatif des diverses méthodes d'évaluation des acteurs et des politiques en communication. Une attention particulière est portée aux questions éthiques (respect des personnes, certificabilité des données recueillies, etc...).</p>
Acquis d'apprentissage	<ol style="list-style-type: none"> 1. Comprendre les logiques d'audit et mettre au point des instruments de mesure adéquats de l'état de la communication interne et externe des organisations ; ---- 2. Analyser les baromètres d'image existants et de mener des études d'images ; ---- 3. Réaliser des plans d'évaluation des actions et des campagnes de communication menées par les organisations ; ---- 4. Evaluer les conditions d'utilisation optimale des instruments de mesure. ---- <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. Ce cours fera l'objet d'une évaluation continue. Il n'y aura pas d'examen.</p> <p>L'évaluation continue sera faite à 50% sur la participation active au cours présentiel et/ou à distance et 50% sur les travaux de groupe et leur présentation</p>
Méthodes d'enseignement	<p>En raison de la crise du COVID-19, les informations de cette rubrique sont particulièrement susceptibles d'être modifiées. L'enseignement combine des cours magistraux et des recherches et présentations par les étudiants en individuels ou en groupe dans un esprit de classe inversée.</p> <p>Le cours se donnera en principe en combinant du présentiel, du travail à distance et des cours via Teams.</p> <p>En cas de passage en code orange , le cours se donnera entièrement via Teams avec participation des étudiants</p>
Contenu	<p>INTRODUCTION L'essentiel et l'esprit de l'évaluation : évolution historique, principales méthodologies, cibles, définition et choix des indicateurs.</p> <p>LES TABLEAUX DE BORD DE LA COM EVALUER LA COM INTERNE Audit global de communication interne ; publications internes ; intranets ;</p> <p>EVALUER UN EVENEMENT EVALUER LA COM EXTERNE Mise au point et analyse des baromètres d'images évaluations des campagnes '.</p>

Bibliographie	Évaluez l'efficacité de vos actions de communication (DUNOD, 2012) Assaël Adary, Benoît Volatier Les tableaux de bord de la com (DUNOD, 2006) Thierry Libaert, André Marco
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 [60] en information et communication	COMU2M1	5		
Master [120] en sciences et technologies de l'information et de la communication	STIC2M	5		
Master [120] en journalisme	EJL2M	5		
Master [120] en communication	CORP2M	5		