


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 | 15.0 h + 15.0 h | Q1 |
|-----------|-----------------|----|

| | |
|---|--|
| Enseignants | Delville Katia ; |
| Langue d'enseignement | Français |
| Lieu du cours | Louvain-la-Neuve |
| Thèmes abordés | Le cours projet a l'objectif de mettre en pratique les connaissances acquises dans les différents cours de chaque quadrimestre, dans le cadre d'un projet de communication d'organisation réaliste et concret. Les étudiants travaillent en groupe pour réaliser ce projet, guidés par le/les enseignants et des assistants. Le projet doit impliquer des dimensions analytiques et stratégiques, et permettre d'expérimenter la réalité professionnelle dans le domaine de la communication d'organisation. Il doit permettre de croiser les savoirs et les disciplines, en réalisant une forme de multidisciplinarité. |
| Acquis d'apprentissage | <ol style="list-style-type: none"> 1. Mettre en oeuvre concrètement les savoirs accumulés dans leur programme d'études, ils auront vécu une expérience proche de la vie professionnelle qui les attend ; ---- 2. Utiliser les compétences scientifiques acquises, dans le cadre d'une pensée stratégique orientée vers des résultats précis ; ---- 3. Pratiquer le travail en équipe, en étant accompagnés et coachés ; ---- 4. Pratiquer la production de supports et formes expressives ; ---- 5. Se poser des questions de type éthique et critique sur leur pratique. ---- <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.</p> <p>L'étudiant obtiendra une note sur vingt, uniquement basée sur le travail de groupe à remettre au plus tard le vendredi 11 décembre 2020.</p> <p>La même note sera attribuée à l'ensemble du groupe.</p> <p>Les groupes sélectionnés pour présenter leur travail devant le client obtiendront un point sur vingt en bonus.</p> <p>Les modalités restent inchangées pour la seconde session (sauf le point bonus puisque pas de présentation possible).</p> |
| Méthodes d'enseignement | <p>En raison de la crise du COVID-19, les informations de cette rubrique sont particulièrement susceptibles d'être modifiées.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Présentations magistrales avec applications et exemples 2. Briefing sur un cas réel présenté par un client du secteur marchand 3. Travail de groupe accompagné 4. Organisation d'un pitch pour une sélection de groupes en présence du client. |
| Contenu | <p>Le cours projet a l'objectif de mettre en pratique les connaissances acquises dans différents cours de chaque quadrimestre, dans le cadre d'un projet de communication d'organisation réaliste et concret. Pour réaliser ce projet, les étudiants travaillent en groupe, guidés par l'enseignant et un assistant. Le projet impliquera des dimensions analytiques et stratégiques et permettra d'expérimenter la réalité professionnelle dans le domaine de la communication d'organisation.</p> <p>Au terme de ce cours, les étudiant.e.s auront:</p> <ul style="list-style-type: none"> - mis en oeuvre concrètement les savoirs accumulés dans leur programme d'études - vécu une expérience proche de la vie professionnelle - utilisé les compétences acquises dans le cadre d'une pensée stratégique orientée vers des résultats précis |

| | |
|------------------------------|--|
| | <ul style="list-style-type: none"> - pratiqué le travail en équipe, en étant coachés - pu se poser des questions de type éthique et critique sur leur pratique. |
| Ressources en ligne | <p>Liste non exhaustive des ouvrages de référence:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Libaert, T (2017), Le plan de communication: Définir et organiser votre stratégie de communication (5e éd.). Malakoff: Dunod. L • Libaert, T. (2018). Communication : L'ouvrage de toutes les communications numériques. Paris: Vuibert. |
| Autres infos | <p>L'encadrement du cours sera assuré par Diana Jarnea.</p> <p>En raison de la situation sanitaire liée au COVID19 et en fonction de son évolution, le cours se donnera de façon hybride. Certaines activités du cours seront à distance, via la plateforme Teams et d'autres plateformes (page Moodle du cours, etc...). D'autres séances sont prévues pour une présence physique en plénière en auditoire ou en plus petits groupes (coaching). Si le présentiel n'est pas autorisé, l'ensemble des activités se déroulera à distance.</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 | |  |