





5.00 crédits	30.0 h	Q1
--------------	--------	----

Enseignants	Alexandre Catherine ;Brulois Vincent ;
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"> <li>• des audits de communication, surtout tournés vers les fonctions et flux de communication, de modes de communication et d'images organisationnelles ;</li> <li>• de sondages d'opinions et d'études de marché ;</li> <li>• d'analyse des composantes de l'identité organisationnelle et de la culture organisationnelle ;</li> <li>• de méthodes de mesure d'audience et d'approche des publics.</li> </ul> <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	<p><b>A la fin de cette unité d'enseignement, l'étudiant est capable de :</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>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 ;</li> <li>2. Analyser les baromètres d'image existants et de mener des études d'images ;</li> <li>3. Réaliser des plans d'évaluation des actions et des campagnes de communication menées par les organisations ;</li> <li>4. Evaluer les conditions d'utilisation optimale des instruments de mesure.</li> </ol>
Modes d'évaluation des acquis des étudiants	Ce cours fera l'objet d'un examen oral en session de janvier 2022. En cas de deuxième session, un travail sera demandé.
Méthodes d'enseignement	<p>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 présentiel sauf si explicitement annoncé sur moodle</p>
Contenu	<p>INTRODUCTION</p> <p>L'essentiel et l'esprit de l'évaluation : évolution historique, principales méthodologies, cibles, définition et choix des indicateurs.</p> <p><b>LES TABLEAUX DE BORD DE LA COM</b></p> <p><b>LA COMMUNICATION INTERNE</b></p> <p><i>Évaluation et Communication interne : un rapprochement évident et problématique</i></p> <p>1 – <b>Naissance d'une fonction.</b> Qu'est-ce que la communication interne? Prémices et développement de la CI : construction d'une fonction ; Enjeux et évolutions : ce qu'est devenue la CI (âge de la maturité). ==&gt; Institutionnalisation d'une fonction.</p> <p>2 – <b>De l'institutionnalisation d'une fonction à son évaluation.</b> Évaluer, mesurer, contrôler ; Écouter, enquêter pour savoir et comprendre : un travail du communicateur ; Spécificités de la CI, nécessité d'évaluer la CI mais difficultés (évaluation de quoi, satisfaction des publics, efficacité de la l'action en CI, etc.). ==&gt; Généralisation des études en entreprise, Mesurabilité de la CI.</p> <p>3 – <b>De l'évaluation d'une fonction à l'évolution d'un métier.</b> Qu'est-ce que travailler en CI ? Les communicateurs comme acteur d'interface (leur place, leur rôle, leur activité, leur identité professionnelle). <i>Faire</i> de la CI après la pandémie. Dans quelle mesure l'évaluation rend-elle compte de leur travail? ==&gt; Professionnalisation des acteurs.</p>

	<p>Audit global de communication interne ; publications internes ; intranets ;                  EVALUER UN EVENEMENT                  La définition de la stratégie, la mise au point des indicateurs de performance, la pertinence, l'analyse des résultats                  EVALUER LA COM EXTERNE                  Mise au point et analyse des baromètres d'images évaluations des campagnes.</p>
Bibliographie	<p>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</p>
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
Master [120] en journalisme	EJL2M	5		
Master [120] en sciences et technologies de l'information et de la communication	STIC2M	5		
Master [120] en communication	CORP2M	5		
Master [120] en communication	COMM2M	5		
Master [60] en information et communication	COMU2M1	5		