

5.00 crédits	30.0 h	Q2
--------------	--------	----

Enseignants	Bagdat Arlin ; Roginsky Sandrine ;
Langue d'enseignement	Français
Lieu du cours	Louvain-la-Neuve
Préalables	une bonne connaissance de la communication externe et interne,
Thèmes abordés	<ul style="list-style-type: none"> • Administration et communication. • Organisations et acteurs. • Communication publique. • Communication politique. • Communication et lobbying. • Média, politique, institutions. • Outils et dispositifs, en particulier numériques. • Communication publique et politique à l'heure d'Internet.
Acquis d'apprentissage	<p>A la fin de cette unité d'enseignement, l'étudiant est capable de :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Définir et comprendre les spécificités de la communication politique d'un côté et la communication publique de l'autre ; 2. Contextualiser et comprendre les enjeux de la communication politique et publique ; 3. Porter un regard réflexif sur les pratiques de communication politique et publique ; 4. Analyser les situations et stratégies de communication politique et publique ; 5. Développer une stratégie de communication politique et publique.
Modes d'évaluation des acquis des étudiants	<p>Chaque partie de cours est évaluée séparément : chacune compte pour 50% de la note.</p> <p>1. Partie donnée par Sandrine Roginsky</p> <p><u>Première session</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Travail en groupe de restitution orale d'articles scientifiques qui devront être mobilisés pour proposer une lecture d'une cas empirique + animation d'une discussion sur la thématique (50% de la note de cette partie) • Examen oral individuel : restitution de la matière vue en cours (50% de la note de la partie com pol) <p><u>Seconde session</u></p> <p>Le travail de groupe ne peut pas être repris, et par conséquent la note obtenue ne peut être modifiée. Seul la note de l'examen oral peut être reprise. Un nouvel examen oral sera à cet égard organisé.</p> <p>2. Partie donnée par Arlin Bagdat</p> <p><u>Première session</u>: Travail de groupe : élaboration d'une "roadmap" de campagne. <u>En deuxième session</u>, le travail sera individuel</p> <p>Les critères d'évaluation sont :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. la capacité d'analyse, de créativité et de réflexion critique 2. la pertinence des groupes cibles, actions, outils, mesures d'évaluation 3. la qualité rédactionnelle 4. la répartition équitable des contributions de chaque membre du groupe.
Méthodes d'enseignement	<p>Le cours fait alterner deux intervenants de manière successive mais indépendante.</p> <p>Dans la partie de S. Roginsky, le cours articule cours magistral par la professeure, lectures scientifiques que les étudiant.es doivent présenter (en groupe) et discuter, en articulant leur lecture avec des exemples empiriques qui nécessiteront donc un suivi actif de l'actualité, notamment politique.</p> <p>Dans la partie d'A. Bagdat, le cours s'appuie sur des cas empiriques.</p>

Contenu	<p>Ce cours doit (1) permettre de comprendre la nature et place de la communication dans l'action publique et politique contemporaine; (2) permettre de développer des capacités d'analyse et de savoir-faire qui permettent de mieux appréhender des stratégies de communication.</p> <p>Le cours est structuré en deux parties indépendantes l'une de l'autre, même si celles-ci sont nécessairement reliées de par leur objet respectif. Les étudiant-es sont encouragé-es à faire dialoguer les éléments vus dans chacune des parties.</p> <p>La partie du cours dispensée par Sandrine Roginsky a pour objectif de fournir des clés de lecture et d'analyse pour appréhender les enjeux contemporains qui ont trait à la fabrique de la légitimité des institutions publiques et politiques par le biais de la communication. Parce qu'il n'est pas possible de couvrir l'ensemble de ces enjeux, il s'agira ici de se focaliser sur la manière dont l'exercice de communication est appréhendé par les acteurs politiques (1) dans sa capacité à construire des relations avec différents publics, parmi lesquels les journalistes qui gardent une place non négligeable même dans les usages contemporains du web; (2) dans sa capacité à mettre à l'agenda certains problèmes sociaux plutôt que d'autres; (3) dans son intention de gouverner les comportements.</p> <p>La partie du cours dispensée par Arlin Bagdat couvre les points suivants: (1) Particularités distinctives de la communication publique : entre libertés et contraintes (<i>Thèmes abordés : du point de vue pratique, les spécificités de la communication publique par rapport à la communication politique ou du secteur privé ainsi que présentation des dernières tendances en communication</i>) ; (2) Campagnes d'information et de sensibilisation : présentation et analyse critique des campagnes fédérales, notamment les différentes campagnes menées dans le cadre de la crise COVID-19, avec une attention particulière concernant la communication inclusive. (<i>Thèmes abordés : présentation et analyse critique des campagnes COVID-19 et de la plupart des campagnes de communication du Fédéral des dernières années (objectifs, messages, publics cibles, moyens, évaluations, difficultés, ...) ainsi que des bonnes et des moins bonnes pratiques en matière de « genre » et de communication inclusive.</i>) ; (3) Image de la Belgique : country branding à travers la campagne « La Belgique, autrement phénoménale » (<i>Thèmes abordés : la planification, le lancement et le pilotage au quotidien d'une campagne de country banding (liens avec le monde politique, collaboration avec une agence de communication, partenariat dans le monde économique et dans la société civile, actions spécifiques réseaux sociaux avec des influenceurs, planification des actions en Belgique et à l'étranger, gestion du budget, l'évaluation, reddition des comptes...</i>) ; (4) Typologies et évolution des services et des métiers de communication dans les institutions publiques. Illustrations à travers l'organisation d'événements tels que des sommet de l'OTAN ou d'événements à portée internationale. (<i>Thèmes abordés : la structure et l'évolution tant des modes d'organisation que des besoins des services de communication à travers l'exemple du Fédéral et l'expérience de la Chancellerie du Premier ministre (missions, moyens humains et budgétaires, différents types d'organigrammes, exemples de descriptions de fonction des (nouveaux) métiers de communicateur, évolution des besoins dans le profil des communicateurs, réseaux professionnels, maîtrise du protocole et de la sécurité dans l'organisation d'événements, ...)</i>)</p>
Bibliographie	<p>Aldrin, P., Hubé, N. (2017). Introduction à la communication politique. Editions De Boeck</p> <p>Aldrin, P., Hubé, N., Ollivier-Yaniv, C., Utard, JM. (2014). Les mondes de la communication publique: légitimation et fabrique symbolique du politique. Presses Universitaires de Rennes</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 administration publique	ADPU2M	5		
Master [120] en journalisme	EJL2M	5		
Master [120] en communication multilingue	MULT2M	5		
Master [120] en communication	CORP2M	5		
Master [120] en communication	COMM2M	5		
Master [60] en information et communication	COMU2M1	5		