

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

Enseignants	Koutroubas Theodoros ; Roginsky Sandrine ;
Langue d'enseignement	Anglais
Lieu du cours	Louvain-la-Neuve
Thèmes abordés	Le cours couvre les aspects suivants : 1/ Rappels théoriques (en bref) : éléments de marketing, de théorie de la communication, de définitions du lob-bying, du concept de " l'influence " et de concepts connexes. 2/ Etude, dans des contextes et à des niveaux différents (local, régional, national, européen) des stratégies de communication et d'influence de différents types d'acteurs collectifs : - organisations sociales (groupes d'intérêt, groupes de pression, mouvements sociaux, opérateurs économi-ques) ; - organisations politiques (partis politiques), et mandataires politiques individuels ; - institutions (administrations publiques, organismes publics et parapublics, institutions parlementaires et gouvernementales) 3/ Réflexion sur les " bonnes pratiques " et sur les règles éthiques, contraignantes ou non, en termes d'influence, de lobbying et de communication.
Acquis d'apprentissage	<p><b>A la fin de cette unité d'enseignement, l'étudiant est capable de :</b></p> <p>Au terme de ce cours, l'étudiant sera capable d'analyser, dans des situations concrètes, les stratégies de commu-nication et d'influence d'organisations sociales (groupes d'intérêt, groupes de pression, mouvements sociaux, opérateurs économiques), politiques (partis politiques ainsi que mandataires politiques) et institutionnelles (ad-ministrations publiques, organismes publics et parapublics, institutions parlementaires et gouvernementales). Il sera également outillé, à partir de ce décodage, pour intervenir en termes de consultance.</p> <p>1</p>
Modes d'évaluation des acquis des étudiants	<p><b>1ère session</b></p> <p><u>Partie communication politique et UE (50% de la note totale) :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Travail en groupe de restitution orale des articles scientifiques et animation d'une discussion sur la thématique + participation individuelle à l'ensemble des séances (50% de la note de la partie com pol)</li> <li>• Examen oral individuel : restitution de la matière vue en cours (50% de la note de la partie com pol)</li> </ul> <p><u>Partie lobbying dans l'UE (50% de la note totale) :</u> Examen oral</p> <p><b>2e session</b></p> <p><u>Partie communication politique et UE (50% de la note totale)</u></p> <p>Si la note obtenue au travail en groupe est en dessous de 10/20, un travail écrit individuel sera demandé qui reprend les mêmes attendus que le travail en groupe en première session (50% de la note de la partie com pol ). L'examen oral devra être dans tous les cas repassé (50% de la note de la partie communication politique)</p> <p><u>Partie Lobbying dans l'UE (50% de la note totale)</u></p> <p>Examen oral</p>
Méthodes d'enseignement	<p>Le cours fait alterner deux intervenants de manière successive mais indépendante : la première moitié des séances porte sur la communication politique, la seconde sur le lobbying. Les deux parties se focalisent sur l'échelle européenne.</p> <p>Le cours articule cours magistral par le/la professeur -e et 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 européenne.</p>
Contenu	<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 communication et le marketing politique sont abordés tout à la fois du point de vue des modalités de production et des contenus produits. Ce qui amène dans un premier temps à s'intéresser aux acteurs sociaux impliqués dans la fabrication de la communication, aux organisations et institutions dans lesquels ceux-ci évoluent et aux dispositifs de communication sur lesquels se déploient les contenus de communication. Pour ce faire, nous nous intéresserons à l'échelle des institutions européennes.</p> <p>La partie relative au lobbying dans l'Union européenne abordera les thèmes suivants :</p> <p>1/ Rappels théoriques (en bref) : éléments de définitions du lobbying, du concept de " l'influence " et de concepts connexes ;</p> <p>2/ Etude, à partir du cas européen, des stratégies de communication et d'influence de différents types d'organisations sociales (groupes d'intérêt, groupes de pression, mouvements sociaux, opérateurs économiques) ;</p>

	3/ Réflexion sur les " bonnes pratiques " et sur les règles éthiques, contraignantes ou non, en termes d'influence, de lobbying et de communication.
Faculté ou entité en charge:	PSAD

<b>Programmes / formations proposant cette unité d'enseignement (UE)</b>				
Intitulé du programme	Sigle	Crédits	Prérequis	Acquis d'apprentissage
Master [120] en administration publique	ADPU2M	5		
Master [120] en communication multilingue	MULT2M	5		
Master [120] en communication	CORP2M	5		
Master [120] en sciences politiques, orientation générale	SPOL2M	5		