

5.00 crédits	15.0 h	Q1
--------------	--------	----

Enseignants	Catellani Andrea ;Hanot Muriel (supplée Scieur Philippe) ;Scieur Philippe ;
Langue d'enseignement	Français
Lieu du cours	Mons
Préalables	/
Thèmes abordés	<p>Au départ d'un cadre conceptuel de type philosophique, le cours se focalisera sur une approche éthique des productions de l'information et de la communication.</p> <p>Les principales questions traitées porteront sur :</p> <ul style="list-style-type: none"> - la responsabilité sociétale des professionnels de l'information et de la communication, tant dans les secteur marchand que public et non marchand ; - les valeurs explicitement et implicitement diffusées ; - la validité des réponses possibles face aux nouvelles attentes de la société civile en matière d'éthique ; - l'exercice de la démocratie face au pouvoir des médias et des nouveaux médias.
Acquis d'apprentissage	<p>A la fin de cette unité d'enseignement, l'étudiant est capable de :</p> <p>Permettre à l'étudiant d'interroger la portée des actes d'information et de communication en termes éthiques et de les situer relativement au droit et à la déontologie.</p> <p>1</p>
Modes d'évaluation des acquis des étudiants	<p>« Dans le cadre de ce cours, les étudiant.e.s sont évalué-es de deux manières : -</p> <p>1) un travail de groupe obligatoire portant sur l'évaluation de la place et du rôle de l'éthique dans la communication d'une entreprise à déterminer (50% de la note finale)</p> <p>2) un examen écrit en session (50% de la note finale) qui porte d'une part sur la maîtrise des acquis (1 question - 25%), et d'autre part sur une analyse de cas (1 question – 25%)</p>
Méthodes d'enseignement	<p>Cours magistral</p> <p>Les séances du cours sont regroupées en session de 7 X 2h consécutives de manière à permettre d'enchaîner théorie, cas pratiques et discussions. Une ultime séance 1(8e) de questions-réponses est destinée à revoir la matière en préparation de l'examen.</p>
Contenu	<p>Au départ d'un cadre conceptuel de type philosophique, le cours se focalise sur une approche éthique des productions de l'information et de la communication.</p> <p>Les principales questions traitées portent sur :</p> <ul style="list-style-type: none"> - la responsabilité sociétale des professionnels de l'information et de la communication, tant dans les secteur marchand que public et non marchand ; - les valeurs explicitement et implicitement diffusées ; - la validité des réponses possibles face aux nouvelles attentes de la société civile en matière d'éthique ; - l'exercice de la démocratie face au pouvoir des médias et des nouveaux médias.
Ressources en ligne	Le cours s'appuie sur un document PowerPoint présenté en cours et disponible en ligne, avec le cas échéant les documents ou liens nécessaires.
Bibliographie	<p>CATELLANI, A., COBUT, E., DONJEAN, C., (2017), Vers davantage d'éthique en communication? Liège, EdiPro.</p> <p>BERNIER M.-F. (2004), Ethique et déontologie du journalisme, Presses de l'Université Laval.</p> <p>LÉVINAS E. (1998), L'éthique comme philosophie première, Paris, Rivages.</p> <p>WELLHOFF Th. (2009), Les valeurs, Editions d'organisation.</p>

Autres infos	Attention, les informations reprises dans la fiche sont susceptibles d'être modifiées en fonction du contexte sanitaire.
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	COMM2M1	5		