

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



**Cette unité d'enseignement n'est pas dispensée cette année académique !**

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"> <li>- la responsabilité sociétale des professionnels de l'information et de la communication, tant dans les secteur marchand que public et non marchand ;</li> <li>- les valeurs explicitement et implicitement diffusées ;</li> <li>- la validité des réponses possibles face aux nouvelles attentes de la société civile en matière d'éthique ;</li> <li>- l'exercice de la démocratie face au pouvoir des médias et des nouveaux médias.</li> </ul>
Acquis d'apprentissage	<p><b>A la fin de cette unité d'enseignement, l'étudiant est capable de :</b></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"> <li>- la responsabilité sociétale des professionnels de l'information et de la communication, tant dans les secteur marchand que public et non marchand ;</li> <li>- les valeurs explicitement et implicitement diffusées ;</li> <li>- la validité des réponses possibles face aux nouvelles attentes de la société civile en matière d'éthique ;</li> <li>- l'exercice de la démocratie face au pouvoir des médias et des nouveaux médias.</li> </ul>
Ressources en ligne	<p>Le cours s'appuie sur un document PowerPoint présenté en cours et disponible en ligne, avec le cas échéant les documents ou liens nécessaires.</p>
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

<b>Programmes / formations proposant cette unité d'enseignement (UE)</b>				
Intitulé du programme	Sigle	Crédits	Prérequis	Acquis d'apprentissage
Master [60] en information et communication	COMM2M1	5		
Master [120] en philosophie	FILO2M	5		