

Faculté des sciences économiques, sociales et politiques



COMU2280 Séminaire d'analyse de la communication institutionnelle

[30h] 4 crédits

Cette activité se déroule pendant le 2ème semestre

Enseignant(s): Joseph Pirson
Langue d'enseignement : français
Niveau : Deuxième cycle

Objectifs (en termes de compétences)

Au terme du séminaire, l'étudiant sera capable de:

- 1° Analyser à partir de cas d'organisations les processus de communication interne de l'organisation
- 2° Analyser à partir de cas précis l'organisation comme phénomène de communication et la communication comme phénomène d'organisation pour mettre à jour la culture d'organisation ou "culture d'entreprise".

Objet de l'activité (principaux thèmes à aborder)

Interpréter la communication des organisations à partir de certains concepts clefs : culture d'entreprise, culture sectorielle, culture professionnelle et positionnement organisationnel ;

Évaluer l'importance et le rôle de ces éléments :

1. dans la régulation de la communication interne et de la communication externe des organisations ;
2. dans la confection des stratégies et des politiques de communication des organisations.

Résumé : Contenu et Méthodes

Dans le prolongement des cours de la spécialité, le séminaire est essentiellement basé sur des études de cas. Il visera à analyser les processus de communication interne et l'évolution de la "culture d'organisation" dans ses dimensions temporelle (historique) et pragmatique (interactions, modes de communication).

- Le séminaire débutera par la présentation de modèles d'analyse: Les phénomènes d'identité dans l'organisation (Sainsaulieu) - La culture comme régulateur d'organisation (approches croisées de l'analyse stratégique et de la pragmatique de la communication).

- Les étudiants seront répartis en sous-groupes et seront amenés à analyser un cas précis d'organisation sur la base des modèles livrés en début de séminaire.

- Un agenda sera défini avec chaque sous-groupe pour déterminer les dates de présentation des travaux en séance publique. Le jour de la présentation, le sous-groupe remettra un texte de quelques pages énonçant les données principales de l'étude de cas en mettant en évidence les processus de communication et les caractéristiques observables de la culture d'entreprise.

- Au terme du séminaire, une synthèse présentée par le titulaire visera à donner quelques pistes pour prolonger l'analyse. La discussion visera notamment à mettre en évidence quelques enjeux de la communication interne pour les professionnels de la communication.

Autres informations (Pré-requis, Evaluation, Support, ...)

En préalable au séminaire, l'étudiant sera capable d'utiliser les concepts de l'analyse organisationnelle et de la communication d'organisation (lectures ou cours COMU 2139 Communication et organisation).

Lors du travail d'analyse en sous-groupes, le titulaire passera dans ceux-ci pour accompagner, guider et vérifier le processus d'analyse. Présentation du travail en séance publique. Evaluation d'un texte de 5 à 10 pages énonçant les données principales de l'étude de cas

Le séminaire requiert un encadrement par des assistants

Autres crédits de l'activité dans les programmes

COMU21/RP	Première licence en information et communication (Relations publiques et communication d'organisation)	(4 crédits)	
COMU22/AM	Deuxième licence en information et communication (Analyse des médias)	(4 crédits)	
COMU22/MS	Deuxième licence en information et communication (Médiation des savoirs)	(4 crédits)	
COMU22/RP	Deuxième licence en information et communication (Relations publiques et communication d'organisation)	(4 crédits)	
COMU2M1/RP	Master en information et communication (option relations publiques et communication d'organisation)	(4 crédits)	Obligatoire