

Nombre de crédits : 3**Langue d'enseignement** : Français**Responsable du cours** : POHARDY OLIVIER**Enseignants** : MAURIN Jean-Luc

≡ DESCRIPTION DU COURS

Ce cours de spécialisation s'inscrit dans la dernière partie du programme de formation. Il s'intéresse au management de la fonction communication. Les apports méthodologiques sur la réflexion et la mise en œuvre de la stratégie de communication sont traités dans le cadre d'une mise en situation réelle dite microagence (voir fiche SCM2_16_CEI04.). Le cours se concentre sur l'organisation et le fonctionnement de la fonction communication. Le cours est pensé comme un laboratoire de réflexion sur la fonction avec une réflexion co-construite entre étudiants, intervenants et professionnels invités. Il est organisé sous l'égide et avec le soutien de la Chaire Suez – SciencesCom Audencia group.

≡ OBJECTIF DU COURS

Apporter aux étudiants les fondamentaux du pilotage de la fonction communication d'une organisation.

Apporter aux étudiants les grilles de réflexions pour appréhender les évolutions en cours des fonctions communication.

≡ LEARNING OBJECTIVES

Learning goals C4B	LG1 - Analyse
Learning objectives C4B	LO1 - Développer un esprit critique
Outcomes	Niv. 0 - Niv. 0 - NC
Learning goals C4B	LG1 - Analyse
Learning objectives C4B	LO2 - Analyser des situations complexes
Outcomes	Niv. 0 - NC
Learning goals C4B	LG2 - Action
Learning objectives C4B	LO4 - Etre force de proposition, prendre des initiatives
Outcomes	Niv. 0 - NC
Learning goals C4B	LG4 - RSO
Learning objectives C4B	LO12 - Arbitrer en fonction des considérations économiques, sociétales et environnementales
Outcomes	Niv. 0 - NC

≡ CONCEPTS ENSEIGNÉS

Fonction communication. Service communication.

≡ MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Apports théoriques, conceptuels et méthodologiques, réflexion avec des professionnels de la communication. Production d'un livrable en groupe.

≡ TRAVAIL ATTENDU

Ce cours donne lieu à la production d'un livrable, support de communication diffusable sur la fonction communication et ses évolutions.

≡ BIBLIOGRAPHIE

Libaert (T.), "Le plan de communication", éditions Dunod, 5ème édition, 2017

Libaert (T), "La communication corporate", éditions Dunod, 2ème édition, 2016

Collectif, "Bien commun et entreprise, une étude proposée par le Think Do Tank Prospective de COM-ENT", 2016

Collectif, "COMFactory#2018 : réflexion sur la fonction communication", <https://communication-corporate.audencia.com/travaux-etudes/travaux/>

Chaire Audencia SciencesCom Suez, 2018

Voir aussi "COMFactory#2016" et "COMFactory#2017"

≡ MÉTHODE D'ÉVALUATION

40 % : Contrôle continu

60 % : Examen

≡ SÉANCES

1

COURS : 06h00

Recensement des phénomènes émergents qui impactent la fonction communication tant dans la manière de faire son métier que dans l'organisation du travail. Etablissement d'une cartographie après recueil et analyse d'information (littérature grise, observation, ouvrages, blogs, presse, observatoires...) selon trois axes : technologique, économique et sociétal.

2

COURS : 06h00

Identification des facteurs-clés de mutation de la fonction communication. Emission d'hypothèses quant aux changements perceptibles dans la fonction communication.

3

COURS : 06h00

Présentation et échanges avec les professionnels invités sur les données et hypothèses avancées par les étudiants.

4

COURS : 06h00

Expression synthétique et formalisation des réflexions conduites, dans le cadre d'un support numérique.
