

Descriptif d'enseignement / *Course descriptions*

Cycle Master 2 (5ème année) / 5th year
Semestre 3

Titre du cours - *Course title*

INTERNAL COMMUNICATION

Type de cours : Séminaire

Langue du cours/Language of instruction : English

Enseignant(s) – *Professor(s)*

JEANNE-ELISE ROSSI

Communication manager at Sopra Steria Group

Contact : jeanne-elise.rossi@soprasteria.com

Résumé du cours – Objectifs - *Course description – Targets*

The targets of this course are to enable you to acquire the tools allowing you to set up an internal and external communication strategy, allowing you to answer the issues that you have set

Evaluation - *Assessment*

Realize a communication strategy (choice of 3 practical cases)

Plan – Séances - *Course outline*

- 1 - Basics of communication strategy
- 2 - How to adapt your internal strategy in case of internal crisis (economic crisis, etc.)
- 3- How to manage your communication strategy KPI'S

Bibliographie - *Bibliography* :

Titre du cours - Course title

La Communication en Entreprise

Corporate Communication

Type de cours : Cours magistral

Langue du cours/Language of instruction : Français

Enseignant(s) – Professor(s)

ALEXANDRE WOROPAJEW

Responsable Flux Entrants - Groupe AG2R LA MONDIALE

Contact : alexandre.woropajew@ag2rlamondiale.fr

Résumé du cours – Objectifs - Course description – Targets

Les objectifs de ce cours sont d'aborder les différentes facettes de la Communication au sein d'un grand Groupe français, via des présentations et états des lieux de l'existant, l'évocation de situations concrètes et l'étude de cas pratiques.

Evaluation - Assessment

Les présentations des différentes facettes de la Communication au sein de l'Entreprise seront l'occasion d'évoquer ces différents sujets par le biais de cas pratiques abordés en petits groupes, et feront l'objet d'une évaluation spécifique.

Plan – Séances - Course outline

La Communication au sein d'un grand Groupe d'Assurances

- présentation du Groupe
- état des lieux de la Communication au sein de l'entreprise
- la réalisation d'une Campagne Média : présentation et Bilan

Les outils de la Communication d'Entreprise

- la digitalisation
- le Manager et le Management
- les collaborateurs, acteurs du Film Institutionnel

Bibliographie - Bibliography :

les supports utilisés sont issus des sites intranet et extranet de l'Entreprise.