

Descriptif d'enseignement / *Course descriptions*

Cycle Master 1 (4ème année) / 4th year

Semestre 1

Titre du cours - *Course title*

Introduction à la Communication

Introduction to communication

Type de cours : Cours magistral

Langue du cours/Language of instruction : Français

Enseignant(s) – *Professor(s)*

Antoine TCHERNIA

Directeur des opérations - Consultant Sénior en communication

Contact : atchernia@orange.fr

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

Ce cours a pour objectif de faire un tour d'horizon des enjeux, méthodes, outils et métiers de la communication pratiquée dans les entreprises et organisations.

Il aborde des notions théoriques comme des cas pratiques et est illustré par de nombreux exemples.

Il doit permettre aux étudiants de se repérer dans les différentes spécialités et de se sensibiliser aux techniques permettant de concevoir et mettre en œuvre une stratégie de communication.

Il s'agit d'un cours généraliste qui constitue une initiation en vue d'une éventuelle spécialisation.

Evaluation - *Assessment*

Mode d'évaluation en cours de définition

Plan – Séances - *Course outline*

1. LA COMMUNICATION DES ORGANISATIONS
 - De quoi parlons-nous ?
 - Chiffres clés de la communication en France
 - Mini panorama des théories de la communication
 - Quelques précisions de vocabulaire
 - L'émetteur : entreprises et autres organisations
 - Message, prise de parole, et conversation
 - Le récepteur : les publics visés
 - Canaux, médias et outils de communication
 - 18 domaines spécialisés de la communication

2. STRATEGIE D'ENTREPRISE ET PLAN DE COMMUNICATION
 - Pourquoi communiquer ?
 - Le plan de communication
 - Image et marque
 - La plateforme de marque
 - L'identité visuelle
 - Evaluation et indicateurs

3. A LA RENCONTRE DE PUBLICS PARTICULIERS
 - La communication interne
 - Les médias et relations Presse
 - La communication financière
 - Lobbying et influence
 - Les salons
 - L'événementiel

4. LES SPECIFICITES DE LA COMMUNICATION DIGITALE
 - La révolution digitale
 - L'écosystème digital des organisations
 - Aspects techniques d'un projet digital
 - Les enjeux de l'expérience utilisateur
 - L'organisation face aux outils digitaux
 - Réseaux sociaux et e-réputation
 - SEO, SEA et SEM
 - La publicité digitale

5. MESSAGES : DE LA CONVERSATION AU BASHING
 - Message : le fond et la forme
 - Rhétorique : la science du discours
 - Les différents types de discours
 - Production de contenus : la préparation
 - Production de contenus : Les mots et les formats
 - Des contenus de marque au storytelling
 - Bad buzz et bashing
 - La communication de crise

6. RESPONSABILITE SOCIETALE, IMAGE, ETHIQUE ET CAUSES
 - Développement durable et responsabilité sociale des entreprises
 - Communication et RSE
 - Communication responsable
 - RSE et éthique de l'entreprise
 - Communication de proximité
 - Mécénat, parrainage et sponsoring
 - Communication des associations et fondations

7. ACTEURS ET METIERS DE LA COMMUNICATION
- Les acteurs en présence
 - Les directions de communication chez l'annonceur
 - La filière communication en France
 - Le monde des agences
 - Les relations entre agences et annonceurs
 - Les cadres légaux

Bibliographie - *Bibliography* :

Livres de référence pour la structuration du cours :

Communicator 7 : toutes les clés de la communication

Assaël Adary, Céline Mas, Marie-Hélène Westphalen et Thierry Libaert

Dunod, 2015

Autres livres :

«Ré-inventer les marques»

Jean-Noël Kapferer

Eyrolles, 2013

Design d'expérience utilisateur

Sylvie Daumal

Eyrolles, 2015

Le média humain : Dangers et opportunités des réseaux sociaux pour l'entreprise

Ludovic Boursin - Laetitia Puyfaucher

Eyrolles, 2011

Communication interne et changement

Nicolas Kaciaf, Jean-Baptiste Legrave

L'Harmattan, 2011

Stratégie d'entreprise et communication

Dominique Beau - Sylvain Daudel

Dunod, 1992

Internet :

Presse spécialisée en ligne :

- CBNews : cbnews.fr

- Stratégies : strategies.fr/

Organisations professionnels et réglementaires

- Site de l'ARPP (ex BVP) : arpp.org

- Site de l'AACC : aacc.fr

- Site de Communication & Entreprise (ex UJEF) : communicationentreprise.com

- Site de l'AFCI : afci.asso.fr

- Site de l'UDA : uda.fr
- Site de l'ACPM : acpm.fr

Sites ressources :

- definitions-marketing.com
- 24hdansuneredaction.com
- jetudielacom.com

Contrat de filière communication :

- economie.gouv.fr/files/files/Actus2017/contratdefilierelacommunication_signe.pdf