UE 11E09

Théories et stratégie de la communication

CRÉDITS ECTS	VOLUME HORAIRE	QUADRIMESTRE	PONDÉRATION DE L'UE
5	40 h	Q1	100 points

Niveau CFC	6	Langue(s)	français
Cycle	Bachelier Écriture multimédia	Modalité	Horaire de jour
Obligatoire / Option	Obligatoire	Responsable de l'UE	Nathalie Van Cauberg
Implantation	ISFSC – Rue de la Poste 111 – 1030 Bruxelles		

Prérequis / Corequis Aucun

Objectif de l'UE

Outiller les étudiant·es pour comprendre et appréhender de façon structurée, critique et méthodique la communication en tant que discipline des sciences humaines et sociales, en leur donnant les connaissances, le vocabulaire, les méthodes et les outils nécessaires pour analyser et décoder des démarches, stratégies, supports et actions de communication, notamment dans le contexte digital.

Ces fondamentaux constituent le socle des apprentissages et pratiques développés dans la suite du cursus. Ils permettent aux étudiant·es de les mobiliser ultérieurement pour analyser, concevoir et mettre en œuvre des objets et/ou actions de communication adaptés au contexte de production et de diffusion, notamment dans les environnements numériques et digitaux.

Critère de réussite de l'UE La cotation globale de l'UE se fait en calculant la moyenne arithmétique pondérée des notes obtenues aux AA.

Cohérence de l'UE Les AA de cette UE sont associées soit en raison de leur cohérence disciplinaire, soit en raison de la complémentarité des compétences et des capacités qu'elles évaluent.

Composition de l'UE · 1 activité d'apprentissage

CODE	ACTIVITÉ D'APPRENTISSAGE (AA)	VOL. HORAIRE	ECTS	QUADRIMESTRE	PONDÉRATION
11E09-A	Théories et stratégie de la communication	40	5	Q1	100 points

11E09-A Théories et stratégie de la communication

VOLUME HORAIRE	CRÉDITS ECTS	QUADRIMESTRE	PONDÉRATION AA
40 h	5	Q1	100 points

Titulaire(s)	Nathalie Van Cauberg
Discipline	Expression et communication
Organisation	Plénier

DESCRIPTIF DE L'ACTIVITÉ

L'activité aborde la communication en tant que discipline située à la croisée des sciences humaines et sociales. Elle propose d'en étudier les fondements pour comprendre les rouages, les procédés et les techniques de mise en œuvre, ainsi que les enjeux qui les accompagnent.

Les objectifs de l'AA sont :

-définir et expliquer les concepts fondamentaux de la communication ;

-identifier les secteurs, les démarches, les méthodologies et les outils mobilisés dans des actions de communication, avec un accent particulier sur la communication digitale ;

-équiper afin de développer les réflexes indispensables à une réflexion méthodique, permettant d'appréhender les démarches de communication ;

-sensibiliser aux défis et enjeux contemporains de la communication.

L'objectif du dispositif pédagogique n'est pas d'élaborer des actions de communication, mais d'en comprendre l'élaboration en les identifiant de manière structurée et raisonnée, à l'aide de ressources et d'outils variés, et d'apports théoriques.

MÉTHODES D'APPRENTISSAGE

Cours magistral interactif (articulant apports théoriques, échanges et réflexion collective)

-TD

-TP

ACQUIS D'APPRENTISSAGE

Au terme de l'UE l'étudiant·e sera capable de/d' :

-distinguer les fondamentaux du schéma de la communication (émetteur, récepteur, message, canal/média, contexte ; les secteurs ; les organisations ; les médias ; les publics, etc.) ;

-reconnaître , discerner et expliquer les étapes d'une stratégie de communication ;

-identifier des méthodes à mobiliser pour définir et/ou évaluer les publics, les objectifs, les messages ;

-employer les termes et vocabulaire spécifiques aux domaines de la communication et du multimédia ;

-créer un persona ;

-mobiliser la méthode 5W1H pour analyser des supports, des actions de communication des secteurs marchand et non marchand.

COMPÉTENCE(S) ÉVALUÉE(S)

- **Compétence 2 :** Interagir avec son milieu professionnel
- **Compétence 3 :** Inscrire sa pratique dans une réflexion critique, citoyenne et responsable

CAPACITÉ(S) ÉVALUÉE(S)

- **Capacité 2.1 :** Comprendre les concepts, le vocabulaire et les codes professionnels.
- **Capacité 2.6 :** Connaître et utiliser les formes, structures, genres, langages et théories de la création multimédia interactive.
- **Capacité 3.1 :** S'intéresser à la culture contemporaine, à ses créateurs et à ses différents modes d'expression.
- **Capacité 3.4 :** Devenir un professionnel réflexif, autonome et responsable.
- **Capacité 3.5 :** Analyser une situation en tenant compte de son contexte social, culturel et technologique.

ÉVALUATION

Première session	Examen écrit
Seconde session	Examen écrit
Plan B	Pas d'évaluation spécifique en Plan B

SUPPORT(S) DE COURS

Notes de cours personnelles de l'étudiant·e ; documents et supports digitaux diffusés en séances et mis en ligne ; supports de communication (affiches, flyers, objets promotionnels, sites web, vidéos, posts, etc.) manipulés et analysés en séance ; visites et/ou exposé d'intervenant·es externe·s.