

Communication



En bref

- > **Langues d'enseignement:** Français
- > **Ouvert aux étudiants en échange:** Oui

Présentation

Objectifs

Cerner les missions et enjeux de la fonction communication

Connaître les différents types de communication, leurs méthodes et leurs outils

Présenter un panorama des principales disciplines de la communication, qu'elle soit interne, de recrutement, ou marque employeur, BtoB, de crise, etc.

Heures d'enseignement

CM	Cours Magistral	10,5h
TD	Travaux Dirigés	10,5h

Plan du cours

1. Fondamentaux et enjeux de la communication
2. Méthodes et outils pour communiquer
3. La communication en contextes
4. Communication et innovation

Modalités d'évaluation :

- * évaluation orale en groupe

* examen écrit individuel

Compétences visées

- * Identifier tous les outils de communication à disposition d'une organisation
 - * Être en mesure de comprendre les enjeux stratégiques et opérationnels associés à chaque outil
 - * Être capable de porter un regard critique sur certaines pratiques de communication, en termes d'efficacité ou d'éthique
-

Bibliographie

- * Adary A., Mas C. et Westphalen MH (2020), Communicator, Dunod, 9ème édition, 663 p
- * Libaert T. (2018), Communication, Vuibert, 544p
- * Libaert T. (2017), Le plan de communication, Dunod, 5ème édition, 320 p
- * Malaval P. et Decaudin JM (2012), Pentacom, Pearson Education, 732 p
- * Guillot C. et Benmoyal Bouzaglo S.(2021), Les fondamentaux de la communication, DeBoeck, 368 p
- * ScheidF. , Vaillant R. et de Montaigu G. (2012), Le marketing digital, Eyrolles
- * D. Chaffey, F. Ellis-Chadwick, H. Isaac, P. Volle et M. Mercanti-Guérin (2014), Marketing Digital, Pearson
- * Ovazza Y. (2011), Comment construire une stratégie digitale, Ebook

Infos pratiques

Lieux

- › Anancy-le-Vieux (74)
-

Campus

- › Anancy / campus d'Anancy-le-Vieux