

Communication (COMM901_LLCE)



En bref

> **Langues d'enseignement:** Français

> **Ouvert aux étudiants en échange:** Oui

> **Repères:**

Intitulé : Shine : Développement de compétences comportementales, soft skills

Descriptif

Les étudiants réalisent en groupes la stratégie de communication d'un événement culturel. En passant par des techniques d'apprentissage actif (réalisation de projet), ils développent à la fois :

- Créativité, originalité et prise d'initiative

- Leadership et influence sociale

Affichage web : Oui

Présentation

Description

Communication autour d'un événement culturel

Présentation générale :

Un événement culturel est une situation de communication particulière pour lequel les actions de communication sont nombreuses et diverses ; Il dispose par ailleurs d'une identité propre, s'ancre dans un territoire particulier de même qu'il mobilise différents d'acteurs.

Après une présentation des principaux concepts des sciences de l'information et de la communication, il s'agira d'aborder la notion de stratégie et d'explorer l'ensemble de ses enjeux et de ses modalités de conception et de réalisation.

Quelles cibles viser ? Quels médias utiliser ? Quels choix graphiques retenir ? Et surtout comment faire vivre l'événement avant, pendant et après sa réalisation ?

Les étudiants devront réaliser une stratégie de communication pour un événement culturel donné et seront initiés à la production de supports de communication média et hors média à l'aide de l'outil numérique Canva.

Objectifs

- Distinguer les concepts d'information et de communication
- Comprendre les enjeux de la communication
- Produire une analyse de l'existant et un état de l'art dans la communication d'un événement culturel
- Réaliser une stratégie de communication d'un événement culturel associant le média et le hors média
- Concevoir et argumenter des supports de communication à l'aide d'outils graphiques

Heures d'enseignement

| | | |
|----|-----------------|----|
| CM | Cours Magistral | 9h |
| TD | Travaux Dirigés | 9h |

Plan du cours

Bibliographie

ADARY (Assaël), MAS (Céline) et WESTPHALEN (Marie-Hélène), Le communicator, Paris, Dunod, 2020, 663 p.

BOUGNOUX (Daniel), Introduction aux sciences de la communication, Paris, La Découverte, 2002, 128 p.- (coll. Repères n° 245.)

BRETON (Philippe) et PROULX (Serge), L'explosion de la communication : introduction aux théories et aux pratiques de la communication, Paris, La Découverte, 2006, 382 p. (Grands Repères - Manuels)

BAYNAST (Arnaud de), LENDREVIE (Jacques), *Publicitor : de la publicité à la communication interactive*, Paris, Dalloz, 2004, 651 p.

MARTEL (Frédéric), *Smart, ces internet qui nous rendent intelligents*, Paris, Flammarion, 2015

SAADA (Serge), « Et si l'on partageait la culture ? Essai sur la médiation culturelle et le potentiel du spectateur », Éditions de l'Attribut Toulouse, 2011, 154 pages, *Sociologie de l'Art*, 2012/2 (OPuS 20), p. 105-112. DOI : 10.3917/soart.020.0105.

URL : <https://www.cairn.info/revue-sociologie-de-l-art-2012-2-page-105.htm>

Repères

Intitulé : Shine : Développement de compétences comportementales, soft skills

Descriptif

Les étudiants réalisent en groupes la stratégie de communication d'un événement culturel. En passant par des techniques d'apprentissage actif (réalisation de projet), ils développent à la fois :

- Créativité, originalité et prise d'initiative
- Leadership et influence sociale

Affichage web : Oui

Libellé court : COMM901_LLCE

Nature : EC

Infos pratiques

Lieux

› Chambéry (domaine universitaire de Jacob-Bellecombette - 73)

Campus

› Chambéry / campus de Jacob-Bellecombette