Communication

ECTS
4 crédits

Composante
UFR Lettres, Langues et Sciences Humaines

En bref

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

Informations non contractuelles.
Dernière mise à jour le 09 septembre 2022

MINISTÈRE DE L'ENSEIGNEMENT SUPÉRIEUR, DE LA RECHERCHE ET DE L'INNOVATION
Liberté
Égalité
Fraternité

* 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

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

Plan du cours

Cours 1 (CM) – EK : Éléments théoriques sur la situation de communication

Cours 2 (CM) – EK : Qu'est-ce qu'une stratégie de communication ?

Cours 3 (CM) – VC : Stratégie de communication appliquée à un événement culturel

Cours 4 (TD) – VC : Étude de cas

Cours 5 (TD) – EK : Lancement de la pratique (Cahier des charges et atelier de créativité)

Cours 6 (TD) – VC : Formalisation de la stratégie de communication du cas pratique

Cours 7 et 8 (TD) – VG : Création graphique

Cours 9 et 10 (TD) – VG : Création graphique

Cours 11 (TD) – VC : Préparation de l'oral et du support de présentation

Cours 12 (TD) – EK et VC : Oral

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 De#couverte, 2002, 128 p.- (coll. Repe#res n ° 245.)

BRETON (Philippe) et PROULX (Serge), L'explosion de la communication : introduction aux the#ories et aux pratiques de la communication, Paris, La De#couverte, 2006, 382 p. (Grands repe#res - Manuels)

Informations non contractuelles.
Dernière mise à jour le 09 septembre 2022

BAYNAST (Arnaud de), LENDREVIE (Jacques), Publicitor : de la publicite# a# la communication inte#gre#e, Paris, Dalloz, 2004, 651 p.

MARTEL (Frédéric), Smart, ces internets 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

Infos pratiques

Lieux

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

Campus

- Chambéry / campus de Jacob-Bellecombette

Informations non contractuelles.
Dernière mise à jour le 09 septembre 2022