

# Communication corporate

**Titulaire**

FRANCOISE LEDUNE (Coordonnateur)

**Mnémonique du cours**

COMM-B420

**Crédits ECTS**

5 crédits

**Langue(s) d'enseignement**

Français

**Période du cours**

Premier quadrimestre

**Campus**

Solbosch

## Contenu du cours

Le cours de communication corporate des entreprises analyse les enjeux et challenge les pratiques de la communication d'entreprise. Il met en lumière les liens entre la communication et la stratégie des entreprises et aborde à travers des situations réelles et des témoignages les différentes formes de communication corporate: relations presse, communication interne, communication de crise, communication financière, ... en invitant les étudiants à analyser la pertinence des outils de communication en fonction des contextes et leur contribution à la stratégie d'entreprise.

Les exercices pratiques obligatoires visent l'élaboration progressive d'une stratégie de communication dans une perspective opérationnelle: identification des stakeholders, élaboration des messages, construction du plan de communication et défense de celui-ci.

## Objectifs (et/ou acquis d'apprentissages spécifiques)

- Amener les étudiants à comprendre les enjeux et la finalité de la communication corporate et sa contribution à la stratégie d'entreprise.
- Permettre aux étudiants d'appréhender les principaux outils de communication interne et externe et d'en évaluer la pertinence en fonction du contexte.
- Apprendre aux étudiants à élaborer une stratégie et un plan de communication en cohérence avec les objectifs de l'entreprise et en tenant compte de son environnement et de ses parties prenantes.
- Faciliter l'insertion professionnelle des étudiants grâce à la maîtrise des principaux outils de com et la compréhension des fondamentaux de l'organisation des entreprises .

## Méthodes d'enseignement et activités d'apprentissages

A travers des situations réelles, des exemples concrets et des témoignages, l'étudiant est amené à comprendre les principes de base de la communication corporate sur lesquels il s'appuiera pour établir sa propre stratégie de communication et définir les actions qui y seront liées en fonction d'un contexte donné. Les exercices abordent, de manière progressive, les techniques professionnelles de la communication d'entreprise et préparent à l'examen final.

## Références, bibliographie et lectures recommandées

- Assaël Adary , Céline Mas et Marie-Hélène Westphalen, Communicator, Dunod, 9e édition, 2020
- Olivier Aim et Stéphane Billiet, Communication, Dunod, 2020
- Nicole d'Almeida et Thierry Libaert, La communication interne de l'entreprise, Dunod, 8e édition, 2018
- Christine Donjean et Eric Cobut , La communication interne, Edipro, 2015
- Thierry Libaert et Marie-Hélène Westphalen, La communication externe de l'entreprise, Dunod, 5e édition, 2018
- Philippe Morel, Communication institutionnelle, Vuibert, 2012
- Thierry Libaert, Le plan de communication, Dunod, 5ème édition, 2017.
- Otto Lerbinger, Corporate communication, Wiley Blackwell, 2018
- Jean-Marie Charpentier et Vincent Brulois, Refonder la communication en entreprise, FYP, 2013
- Otto Lerbinger, Corporate communication, Wiley Blackwell, 2018
- Timothy Coombs, Ongoing Crisis Communication, SAGE Publications, sixth edition, 2021

## Autres renseignements

### Lieu(x) d'enseignement

Solbosch

### Contact(s)

Maitre de conférence : Françoise LEDUNE – francoise.ledune@ulb.be

Assistante : Iris FOSTIEZ - iris.fostiez@ulb.be

## Méthode(s) d'évaluation

Autre

## Méthode(s) d'évaluation (complément)

1) Exercices pratiques sous la direction d'Iris Fostiez (40% de la note finale sur 20)

- Identification des stakeholders d'une organisation
- Rédaction d'un communiqué de presse ou d'un article pour le journal d'entreprise
- Élaboration d'un plan de communication sur un case donné

2) Examen sous la direction de Françoise Ledune (60% de la note finale sur 20)

- Élaboration d'une stratégie et d'un plan de communication sur un case donné (travail écrit)
- Défense orale de la stratégie de communication
- En fonction des inscriptions l'examen se fera en groupe de 2 ou 3 étudiants. La cotation est individuelle.

## Construction de la note (en ce compris, la pondération des notes partielles)

Exercices pratiques sous la direction d'Iris Fostiez (40% de la note finale sur 20)frf

Examen sous la direction de Françoise Ledune (60% de la note finale sur 20)

## Langue(s) d'évaluation principale(s)

Français

## Programmes

### Programmes proposant ce cours à la faculté de Lettres, Traduction et Communication

MA-BABL | **Master en communication multilingue** | finalité Ressources humaines/bloc 1 et MA-COMU | **Master en communication** | finalité Communication corporate et marketing/bloc 1, finalité Communication politique et lobbying/bloc 1 et finalité Approfondie/bloc 1

### Programmes proposant ce cours à la faculté de Philosophie et Sciences sociales

MA-PGECU | **Master en gestion culturelle** | finalité Spécialisée/bloc 1 et finalité Spécialisée/bloc 2

