

Bachelier en communication

HELHa Tournai - Écorcherie 16-20 rue de l'Écorcherie 7500 TOURNAI		
Tél : +32 (0) 69 89 05 06	Fax : +32 (0) 69 89 05 04	Mail : social.tournai@helha.be

1. Identification de l'Unité d'Enseignement

UE309 Communication interne et externe 3			
Ancien Code	SOCM3B09	Caractère	Obligatoire
Nouveau Code	XOCO3090		
Bloc	3B	Quadrimestre(s)	Q1
Crédits ECTS	3 C	Volume horaire	20 h
Coordonnées des responsables et des intervenants dans l'UE	Laurence CHARON (laurence.charon@helha.be)		
Coefficient de pondération	30		
Cycle et niveau du Cadre Francophone de Certification	bachelier / niveau 6 du CFC		
Langue d'enseignement et d'évaluation	Français		

2. Présentation

Introduction

Cette UE permet aux étudiants de comprendre les mécanismes afin de construire une stratégie de communication complexe d'une organisation, entreprise en lien avec des thématiques précises en analysant la situation dans sa globalité, de réaliser un plan de communication, et de comprendre et analyser une situation de communication de crise.

Contribution au profil d'enseignement (cf. référentiel de compétences)

Cette Unité d'Enseignement contribue au développement des compétences et capacités suivantes :

- Compétence 1 **Établir une communication professionnelle**
 - 1.1 Maîtriser la langue française écrite et orale requise par les professions visées
 - 1.2 Adopter un comportement adéquat par rapport à la situation et à son interlocuteur
- Compétence 2 **Interagir avec son milieu professionnel**
 - 2.1 Comprendre les concepts, le vocabulaire et les codes professionnels
 - 2.2 Connaître et utiliser les techniques inhérentes aux professions visées
- Compétence 3 **Inscrire sa pratique dans une réflexion critique, citoyenne et responsable**
 - 3.2 Mesurer les enjeux de ses pratiques professionnelles
 - 3.4 Analyser une situation en tenant compte de son contexte (social, politique, culturel, ...)
- Compétence 4 **Mobiliser des savoirs généraux et spécifiques aux domaines de l'information, de la communication, à l'univers des médias et de la culture**
 - 4.1 Développer sa culture générale et entretenir sa connaissance de l'actualité
 - 4.2 Comprendre le fonctionnement (sociologique, économique, historique, culturel et politique) des domaines de l'information, de la communication, des médias et de la culture
- Compétence 5 **Informé, sensibiliser et divertir dans les domaines de l'information, de communication, des médias et de la culture**
 - 5.1 Recourir à diverses sources d'information, les recouper et synthétiser les contenus
 - 5.2 Identifier les publics-cibles et leurs besoins spécifiques
 - 5.3 Sélectionner et vulgariser l'information utile et adaptée au public visé
 - 5.5 Utiliser le langage spécifique du média concerné pour assurer le traitement et la diffusion de l'information
 - 5.6 Utiliser les différentes techniques d'écriture liées à l'information et à la communication
- Compétence 6 **Gérer un projet de communication et d'information dans sa globalité**
 - 6.1 Concevoir et exploiter des stratégies de communication
 - 6.2 Mettre sa créativité au service de ses actions

- 6.3 Rédiger un cahier des charges et prendre en compte le coût et le financement d'un projet de communication
- 6.4 Mettre en œuvre des techniques, des procédures et des supports de communication adaptés à un public donné
- 6.5 Construire des plans de communication adaptés tant au niveau interne qu'externe
- 6.7 Mobiliser des outils d'évaluation

Acquis d'apprentissage visés

Voir fiche d'Activité d'Apprentissage ci-jointe.

Liens avec d'autres UE

Prérequis pour cette UE : aucun

Corequis pour cette UE : aucun

3. Description des activités d'apprentissage

Cette unité d'enseignement comprend l(es) activité(s) d'apprentissage suivante(s) :

SOCM3B09A Relations publiques 3 20 h / 3 C

Les descriptions détaillées des différentes activités d'apprentissage sont reprises dans les fiches descriptives jointes.

4. Modalités d'évaluation

Les 30 points attribués dans cette UE sont répartis entre les différentes activités de la manière suivante :

SOCM3B09A Relations publiques 3 30

Les formes d'évaluation et les dispositions complémentaires particulières des différentes activités d'apprentissage sont reprises dans les fiches descriptives jointes.

Dispositions complémentaires relatives à l'UE

Principe général :

La note de l'activité d'apprentissage constitue la note de l'unité d'enseignement (UE).

Le seuil de réussite pour acquérir les crédits de l'UE est de 10/20. Néanmoins le jury peut souverainement proclamer la réussite de l'unité d'enseignement, même si le seuil de réussite n'est pas atteint pour autant que le déficit soit jugé acceptable au vu de l'ensemble des résultats (cf. articles 139 et 140 du Décret « Paysage »).

La décision du jury, de portée individuelle, est dûment motivée.

Exceptions après délibération du jury :

En cas de mention CM (certificat médical), ML (motif légitime), PP (pas présenté), PR (note de présence) ou FR (fraude) dans l'activité d'apprentissage de l'UE, la mention dont question sera portée au relevé de notes de la période d'évaluation pour l'UE.

Le principe général et les exceptions en matière de pondération de l'activité d'apprentissage de l'UE et de notation restent identiques quelle que soit la période d'évaluation.

Les formes d'évaluation et les dispositions particulières de l'activité d'apprentissage sont reprises dans la fiche descriptive jointe.

Les modalités d'évaluation et d'examens sont détaillées dans le Règlement spécifique des bacheliers en Communication et Gestion des Ressources Humaines de l'année académique 2024-2025 posté sur ConnectED.

Référence au RGE

En cas de force majeure, une modification éventuelle en cours d'année peut être faite en accord avec le Directeur adjoint de département, et notifiée par écrit aux étudiants. (article 66 du règlement général des études 2024-2025).

Bachelier en communication

HELHa Tournai - Écorcherie 16-20 rue de l'Écorcherie 7500 TOURNAI
Tél : +32 (0) 69 89 05 06 Fax : +32 (0) 69 89 05 04

Mail : social.tournai@helha.be

1. Identification de l'activité d'apprentissage

Relations publiques 3			
Ancien Code	23_SOCM3B09A	Caractère	Obligatoire
Nouveau Code	TOCO3091		
Bloc	3B	Quadrimestre(s)	Q1
Crédits ECTS	3 C	Volume horaire	20 h
Coordonnées du Titulaire de l'activité et des intervenants	Laurence CHARON (laurence.charon@helha.be)		
Coefficient de pondération	30		
Langue d'enseignement et d'évaluation	Français		

2. Présentation

Introduction

Les cours de "relations publiques" de Bloc 1 et Bloc 2, ainsi que le cours de "stratégie de communication digitale" de Bloc 2, ont permis aux étudiants d'acquérir les connaissances préalables. Le suivi de l'actualité, ainsi qu'une bonne culture générale, constituent un atout.

Objectifs / Acquis d'apprentissage

A l'issue du cours, l'étudiant(e) sera capable de

- comprendre les mécanismes qui lui permettront de construire une stratégie de communication complexe d'une organisation, entreprise en lien avec des thématiques précises en analysant la situation dans sa globalité.
- comprendre les enjeux liés aux thématiques abordées, identifier et définir les besoins d'entreprises et organisations.
- décrire, distinguer et développer les différents supports de communication interne et externe (adéquation d'un mix communicationnel en fonction de la problématique étudiée).
- réaliser un plan de communication complet en suivant les 10 étapes utiles à son élaboration, à savoir : la problématique, les valeurs, les objectifs de communication, l'image que l'entreprise souhaite développer, les messages, les cibles, les supports & actions de communication, le budget, le planning, l'évaluation finale du plan de com.
- Produire un budget cohérent reprenant les différents supports et outils de communication à mettre en œuvre afin d'atteindre objectifs définis par l'entreprise/l'organisation.
- comprendre et analyser une situation de communication de crise.

3. Description des activités d'apprentissage

Contenu

2 chapitres seront abordés durant le cours :

- le plan de communication d'une situation dite complexe
- la communication de crise

Démarches d'apprentissage

- Cours magistral et interactif
- Approche par situation-problème

- Etude de cas
- Exercices pratiques de plans de communication, à réaliser par les étudiants, en dehors des heures de cours. Correctif des plans de communication donnés durant les heures de cours. L'enseignante se réserve le droit de refuser, à certains étudiants, l'accès du cours lors d'un correctif de plans de communication si ces étudiants n'ont pas réalisé l'exercice pratique demandé au cours précédent.

Dispositifs d'aide à la réussite

- La présence au cours est essentielle, le syllabus ne reprenant en effet pas l'ensemble des cas pratiques et exercices analysés durant le cours. La présence au cours, sa régularité et la participation aux exercices constituent des atouts importants pour la réussite de l'examen.
- Le cours est interactif notamment par la mise en situation d'exemples et exercices pratiques. Il permet l'interactivité des questions réponses. Une correction en classe des exercices de plan de communication est réalisée.
- Syllabus de cours déposés sur ConnectED et glossaires de termes marketing et communication.
- Les étudiants ont la possibilité de consulter, dans les délais légaux, leur copie d'examen afin de recevoir des conseils personnalisés. La demande doit être introduite par email par chaque étudiant (charonl@helha.be).

Sources et références

- Communicator, Toute la communication d'entreprise
Marie-Hélène Wesphalen (Editions Dunod, 7ème édition, 2015)
- Communication corporate, interne, financière, marketing b-to-c et b-to-b
P. Malaval, JM Décaudin (Editions Pearson Education France, 2009)
- Le plan de communication
Thierry Libaert (Editions Dunod, Paris, 2003)
- Le plan de communication
Bernard Dagenais (Les presses universitaires de Laval, Québec 2007)
- Communication de crise et medias sociaux
Emmanuel Bloch (Dunod, Paris, 2012)
- La communication de crise
Thierry Libaert (Dunod, 2010)
- Marketing communications
Chris Fill (Pearson Education, Harlow, 2009)
- Marketing et communication des associations
K. Gallopel Morvan (Dunod, 2ème édition, 2013)
- Facebook marketing
Arnaud Auger (Pearson, 2012)
- La communication interne
Jean-Marc Décaudin et Jacques Igalens (Dunod, Paris, 2013)
- Evaluez vos actions de communications
Assaël Adary et Benoît Volatier (Dunod, Paris, 2012)
- Savoir développer sa créativité
Brigitte Bouillercce et Emmanuel Carré (Editions Retz, Paris 2004)
- Les Valeurs
Thierry Wellhoff (Editions Eyrolles, 2009)
- La nouvelle orthographe en pratique
Dominique Dupriez (De Boeck, Bruxelles, 2009)

Supports en ligne

Les supports en ligne et indispensables pour acquérir les compétences requises sont :

- Syllabus des 2 chapitres analysés au cours disponibles sur Connected
- Notes et documentation postées sur Connected
- Glossaires de relations publiques et marketing déposés sur Connected

4. Modalités d'évaluation

Principe

Q 1

Examen écrit pour 100 % des points

Q 3

Examen écrit pour 100 % des points

Examen écrit comprenant des questions relatives à la communication de crise et un plan de communication à réaliser suite à une situation problématique.

Pondérations

	Q1		Q2		Q3	
	Modalités	%	Modalités	%	Modalités	%
production journalière						
Période d'évaluation	Exe	100			Exe	100

Exe = Examen écrit

La pondération de cette activité d'apprentissage au sein de l'UE dont elle fait partie vaut 30

Dispositions complémentaires

Néant

Référence au RGE

En cas de force majeure, une modification éventuelle en cours d'année peut être faite en accord avec le Directeur de département, et notifiée par écrit aux étudiants. (article 66 du règlement général des études 2024-2025).