Stratégies et planification

UE 14

Enseignant(s) responsable de l'UE : Barbara PIRLOT
Autres enseignant·e·s de l'UE : Delphine TIMMERMANS

Année d'études	Bloc 1
Acronyme	RPU12STRPL
Nombre de crédits ECTS	3 (facteur de pondération)
Volume horaire	45 h (Q1 0 / Q2 45)
Période de l'année	Quadrimestre 2
Niveau du cycle	1er cycle
Cadre européen de certification	Niveau 6
Caractère dans le programme	Cours obligatoire dans le programme
Langue(s) d'enseignement	Français
Coordonnées du service	Campus d'Anderlecht, Avenue Émile Gryzon 1 (bât. 4C), 1070 Anderlecht
Mode d'évaluation	Unité évaluée en épreuves spécifiques par activité d'apprentissage
UE prérequises	Néant
UE corequises	Néant

Liste des activités d'apprentissage

Activité d'apprentissage	Volume horaire	ECTS	Présence obligatoire
RP12STCOM Stratégies de communication	15	1	NON
RP12SOMST Social media et storytelling	30	2	NON

Contribution de l'UE au profil d'enseignement du programme

- **HE03** HE. 3. Au terme de sa formation, le bachelier de RP assure, au sein d'un environnement généralement pluriculturel et multilingue, une communication appropriée, claire et structurée, fondée sur une écoute active des parties prenantes et une analyse contextuelle.
- **HE06** HE. 6. En fin de formation, le bachelier recourt aux modes d'expression appropriés aux RP, en restant attentif à l'évolution des TIC.
- **HE07** HE. 7. Au terme de la formation, sur la base d'un audit, le bachelier de RP élabore une stratégie de communication dans le cadre d'une situation prédéfinie en vue d'établir et de promouvoir l'image d'une organisation, en adéquation avec les objectifs poursuivis.
- **HE08** HE. 8. En fin de formation, le bachelier s'est créé un réseau de relations (carnet d'adresse).
- **HE09** HE. 9. En fin de formation, dans le cadre d'une situation prédéfinie, le bachelier met en place une / des stratégies de communication et d'information en adéquation avec les objectifs poursuivis.
- **HE11** HE. 11. En fin de formation, le bachelier fonctionne au sein d'une équipe, ce qui implique l'anticipation et la gestion des problèmes interpersonnels ainsi que la motivation des collaborateurs.
- **RE01** ARES. 1 S'insérer dans son milieu professionnel et s'adapter à son évolution
- **RE03.1** ARES. 3.1 Définir sa mission en adéquation avec les enjeux et stratégies de l'organisation.

Autres connaissances ou compétences prérequises

Stratégies de communication

/

Descriptif des objectifs et des contenus de l'UE

Stratégies de communication

Objectifs

Au terme de ce cours, l'étudiant·e maîtrise les différents paramètres d'une campagne de communication (analyse de l'existant, identification de la "problématique", identification des objectifs stratégiques et de communication, identification des cibles primaires et secondaire), élaboration du message et de la promesse, choix du ton, choix des canaux et des supports, gestion des contraintes, etc.).

Contenu

Les étapes d'un plan de communication : analyse de l'existant, identification de la "problématique", identification des objectifs stratégiques et de communication, identification des cibles primaires et secondaire), élaboration du message et de la promesse, choix du ton, choix des canaux et des supports, gestion des contraintes, etc.

Social media et storytelling

Objectifs

Convaincre, persuader, influencer dans le but de promouvoir un produit, une personne, une entreprise, une idée.

Comprendre les algorithmes des réseaux sociaux

Gérer des comunautés

Contenu

Définir son audience

Les personae

Générer des idées de contenu

Comprendre les algorithmes

Gérer les commentaires

Le storytelling ou l'art de raconter des histoires qui font vendre

L'appel à l'action

Les mots magiques

Les nombres magiques

Activités et méthodes d'apprentissage et d'enseignement

Stratégies de communication

Explication de concepts théoriques

Exercices formatifs et certificatifs

Social media et storytelling

Explication de concepts

Exercices pratiques de copywriting

Acquis d'apprentissage sanctionnés, spécifiques et contribuant à l'UE

Stratégies de communication

L'étudiant·e est capable d'analyser une campagne de communication existante et/ou d'élaborer un plan de communication par rapport à un scénario communiqué.

Social media et storytelling

L"étudiant est capable de rédiger efficacement en engageant sa cible

Description des supports de cours indispensables

Description	Accès à la source	URL
Social media et storytelling : slides sur le campus numérique	Ce support de cours est disponible sur le campus numérique	—

Description des références et des supports complémentaires

Description	Accès à la source	URL
Stratégies de communication : Documents divers disponibles sur l'ecampus.	Ce support de cours est disponible sur le campus numérique	—
Social media et storytelling : Slides, extraits vidéo	Ce support de cours est disponible sur le campus numérique	—

Mode d'évaluation et de pondération par activité au sein de l'UE

Cette unité d'enseignement est évaluée en épreuves spécifiques par activité d'apprentissage.

Méthode d'intégration :

- Si aucune des notes des différentes AA qui composent l'UE ne se situe en deçà de 8/20, c'est la technique de la moyenne arithmétique pondérée qui est appliquée.
- Si la note d'une ou plusieurs AA composant une UE se situe en deçà de 8/20, la note finale de l'UE correspondra à la plus mauvaise des notes reçues.

Juin			
Stratégies de communication — méthode d'intégration : 1 %			
Évaluation continue	100 %	Type de questions : —	Examen à livre : Livre fermé
Social media et storytelling — méthode d'intégration : 2 %			
Examen écrit	100 %	Type de questions : Questions ouvertes	Examen à livre : Livre fermé
Août			
Stratégies de communication — méthode d'intégration : 1 %			
Travaux durant la session	100 %	Type de questions : —	Examen à livre : Livre fermé
Social media et storytelling — méthode d'intégration : 2 %			
Examen écrit	100 %	Type de questions : Questions ouvertes	Examen à livre : Livre fermé