

**COM 818 STRATÉGIES DE
COMMUNICATION INTERNE
(3 crédits)**

PRÉALABLE : aucun

Nombre limite : 25 étudiantes ou étudiants

DESCRIPTEURS :

Objectifs : Saisir les enjeux organisationnels propres à la circulation interne de la communication. Identifier et analyser les facteurs qui influencent cette dynamique. Définir des objectifs et des stratégies de communication interne tenant compte des objectifs organisationnels (gestion de l'image interne, transmission des valeurs organisationnelles, gestion du changement, marque employeur). Développer des programmes d'intervention de communication interne.

Contenu : Audit et analyse des enjeux organisationnels. Réseaux organisationnels. Stratégies et tactiques de diffusion de la communication interne (événements internes, vidéo corporative, journal d'entreprise, etc.). Usages des communications internes (information, embauche, valorisation, rétention, dynamisation). Nouvelles technologies et communication interne (forums, blogs, intranet, web 2.0, etc.).

AUTRES INFORMATIONS GÉNÉRALES

Pour vérifier si cette activité pédagogique est offerte à la présente session, consulter l'horaire sur le site du Département de communication à la rubrique Étudiants actuels (www.usherbrooke.ca/dep-com/etudiants-actuels).

COM 818 STRATÉGIES DE COMMUNICATION INTERNE

Objectifs spécifiques du cours

Quels sont les enjeux propres à la communication et à la circulation d'informations internes? Quels sont les facteurs qui influencent la communication interne et comment en tenir compte dans la mise en place de stratégies propres aux objectifs de l'organisation? Comment la vision de l'organisation peut-elle influencer la vision de la communication et les stratégies, tactiques et moyens qui en découlent? Comment s'assurer de déployer les bons projets et actions de communication interne? Ce sont là les questions qu'aborde ce cours. Pour y répondre, le cours propose d'aborder les stratégies de communication interne selon une approche théorique (fondements théoriques de la communication interne) et pratique (conférences, plan de communication interne, exemples pratiques) et intégrera :

- les perspectives classiques et contemporaines de la communication interne (fonctionnaliste, humaniste, participative, contingence, systémique, interprétative, pouvoir, conversation)
- le jugement des enjeux organisationnels et d'une planification stratégique efficace (plan de communication interne stratégique)

Plus particulièrement, ce cours vise à habiliter les étudiantes et étudiants à :

- Améliorer leur capacité à prendre en compte les enjeux organisationnels dans le cadre des communications internes;
- Poser un diagnostic efficient sur les pratiques communicationnelles au sein d'une organisation;
- Assumer des tâches de communication interne dans un contexte professionnel et à parfaire leur approche;
- Intégrer les nouvelles technologies dans une logique de communication au sein de l'organisation;
- Prescrire des solutions adéquates aux faiblesses ou problèmes identifiés dans l'entreprise.

Contenu et approche méthodologique

Le cours comporte à la fois des exposés magistraux, des échanges et discussions sur les thèmes proposés et des présentations faites par les étudiantes et les étudiants.

La matière est abordée sous l'angle d'une série de thèmes spécifiques et présentée de manière à la fois théorique et empirique; la démarche comporte une diversité d'explorations, d'exposés, de lectures, de réflexions, d'échanges, de mises en situation, de travaux d'application et, s'il y a lieu, de synthèse critique.

Les thèmes abordés sont regroupés en modules, qui sont abordés successivement. Ces modules

COM 818 STRATÉGIES DE COMMUNICATION INTERNE

servent de points de repère pour l'exploration d'un domaine aussi vaste que celui de la communication organisationnelle et interne. Une sélection de textes choisis accompagne chacun des modules et sert à enrichir la réflexion et l'analyse des étudiantes et des étudiants du séminaire.

La lecture attentive des textes proposés et déposés sur Moodle est essentielle à la bonne progression du cours, de même que la participation active aux échanges en classe. Certains textes proposés constituent donc des lectures obligatoires qui doivent être faites au moment approprié.

Méthodes pédagogiques

- Cours magistraux illustrés par des diapositives et des documents audiovisuels. Étudiantes et étudiants sont bien entendu invités à poser des questions, à soulever des discussions et à faire des commentaires tout au long de la présentation de ce cours. Cette pratique est fortement recommandée, car une participation active implique normalement une meilleure compréhension de la part des étudiantes et des étudiants.
- Les cours intégreront également des études de cas et des exercices réalisés en classe portant sur la matière présentée. Les étudiantes et étudiants sont invités à présenter des exemples rencontrés dans le cadre de leur pratique professionnelle et qui pourront servir d'étude de cas et de point de départ aux discussions.
- Des conférences seront présentées par des experts et des professionnels des communications internes, sur différents enjeux liés aux cibles de formation du cours, illustrés par des exemples concrets liés à la pratique professionnelle.
- Revue de l'actualité dans le domaine des communications (événements de la semaine).
- Tout au long de la session, le chargé de cours fournira des documents qui accompagneront le cours et seront déposés sur le site Moodle du cours.
- Des discussions critiques et des échanges sur les thèmes abordés en classe seront réalisés.
- Explications supplémentaires, au fil des étapes, sur les travaux et discussion des progrès. Rencontres individuelles avec le chargé de cours, au besoin, pour assurer la progression des projets et répondre aux questions.
- Présence : La présence hebdomadaire des étudiantes et étudiants est requise et indispensable. Durant le trimestre, le chargé de cours abordera certains thèmes ou certaines idées qui ne figureront pas nécessairement dans les textes en lecture obligatoire chaque semaine ou dans les notes de cours.

COM 818 STRATÉGIES DE COMMUNICATION INTERNE

Évaluations

Description de l'évaluation	Pondération
<p>Travail individuel (TP1) : Audit d'un cas de communication interne:</p> <p>Présentation orale de 15 minutes incluant une réflexion critique documentée. Animation d'une période d'échange et de réflexion avec les participants. Remise d'un texte de 3 à 4 pages par courriel.</p> <p>Objectifs : autonomie (recherche et analyse), esprit analytique, esprit de synthèse, expression orale.</p>	25 %
<p>Travail individuel (TP2) : Plan de communication interne:</p> <p>Les étudiants seront appelés à développer un plan de communication interne en lien avec l'audit réalisé préalablement. Ils devront également en présenter un résumé à l'oral lors de la table ronde qui aura lieu durant le dernier cours de la session.</p> <p>Objectifs : développer la capacité des étudiantes et des étudiants à analyser des situations concrètes de communication organisationnelle.</p>	35 %
<p>Travail individuel (TP3) : Réflexion critique et appropriation de la matière vue en classe (journal de bord):</p> <p>Travail proposant une analyse personnelle du rôle stratégique de la communication interne et des enjeux soulevés tout au long de la session.</p> <p>Objectifs : intégration de la matière abordée et vision stratégique, capacité à créer des liens entre les différents éléments abordés au cours de la session.</p>	30 %
Participation aux discussions (en classe et/ou en ligne)	10%

Bibliographie

Une bibliographie sélective sera distribuée au premier cours.