

**COM850 ANALYSE STRATEGIQUE EN COMMUNICATION
(3 crédits)**

PRÉALABLE : aucun

Nombre limite : aucun

DESCRIPTEURS :

Objectifs : Comprendre et appliquer la méthodologie de l'audit afin de dresser le diagnostic communicationnel d'une organisation. Reconnaître les problématiques communicationnelles spécifiques des différents types d'organisation. Comprendre le rôle et l'impact des vecteurs de la communication dans la gestion stratégique. Appliquer les stratégies de communication optimales en fonction des constats de l'audit.

Contenu : Mandat, audit, recherche, évaluation des enjeux, problématiques, défis, opportunités, diagnostic, stratégies, recommandations et intervention.

AUTRES INFORMATIONS GÉNÉRALES

Ce cours a lieu au campus Longueuil de l'Université de Sherbrooke.

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).

COM850 ANALYSE STRATEGIQUE EN COMMUNICATION

Précisions sur le contenu

Dans un monde où la seule constance est le changement, les organisations et les marques évoluent dans des écosystèmes de plus en plus complexes. La fonction première du « stratège » en communication (qu'il soit un consultant, en agence ou qu'il œuvre dans l'organisation même) est de cerner les problématiques complexes de communications pour apporter des solutions sur mesure afin d'assurer la pérennité et croissance des organisations.

Pour ce faire, un assemblage éclectique de notions théoriques, d'outils d'analyse et d'études de cas contribuera à développer l'acuité et la sensibilité stratégique des étudiant(e)(s). Évidemment, des efforts seront déployés pour que le contenu soit pertinent et en lien avec les réalités professionnelles de chacune et chacun.

Plus précisément, le contenu, portera principalement sur :

- la présentation des divers outils et méthodologies d'audit de communication
- la présentation d'études de cas provenant de l'industrie professionnelle
- l'exploration du rôle de la recherche, de l'analyse et des données
- l'identification des publics cibles, des problématiques complexes et des opportunités de communication
- l'étude des différentes approches stratégiques selon les contextes et les objectifs poursuivis
- l'exploration et définition du rôle des différents outils de contact en communication

Approche pédagogique

Bien que l'enseignement de la théorie soit incontournable, l'analyse de cas pratiques sera cruciale pour favoriser la compréhension de la matière. C'est la raison pour laquelle les interactions entre les étudiantes et étudiants seront fortement encouragées de façon à activer l'esprit critique. Dans ce contexte, les étudiant(e)(s) devront faire preuve de proactivité et se préparer à interagir à toutes les séances. Des travaux pratiques réalisés en équipe ou seul(e) permettront l'application de la matière et la mise en pratique des notions théoriques et méthodologiques.

Le cours comprendra une variété d'éléments diversifiés :

- Cours exposés magistraux
- Mini débats
- Études de cas
- Ateliers pratiques
- Conférenciers axés sur les études de cas
- Revue de l'actualité internationale en communication stratégique
- Lectures préparatoires obligatoires

Des lectures obligatoires préparatoires spécifiques seront publiées sur le site Moodle du cours.

COM850 ANALYSE STRATEGIQUE EN COMMUNICATION

Les étudiantes et étudiants devront impérativement lire les articles et les extraits de livres dont les titres figurent chaque semaine dans le calendrier ou sur le site Moodle. Chaque fois qu'un cours débutera, les lectures requises pour ce jour-là devront avoir été effectuées, ce qui sera tenu pour acquis dans l'enseignement, car les lectures permettront de mieux saisir certaines notions.

Évaluation

Titre de l'évaluation	Description	Pondération
TP1 – Travail en équipe	Étude de cas partie 1 : réaliser un audit de communication	20%
TP2 – Travail individuel	Analyser et présenter un échec de stratégie de communication	50%
TP3 - Travail de session en équipe de 2 personnes	Étude de cas partie 2 : formuler une stratégie de communication	20%
Participation	Participation dynamique et échange de points de vue en classe	10%

Bibliographie

Une bibliographie sélective sera distribuée au premier cours.