

**CRM871 DEONTOLOGIE ET COMMUNICATION MARKETING
(1 crédits)**

PRÉALABLE : aucun

Nombre limite : aucun

DESCRIPTEURS :

Objectifs : Comprendre les principes et les modes de régulation déontologiques qui régissent l'activité professionnelle en communication marketing en lien avec des problématiques managériales de niveau élaboré. Analyser dans une perspective critique les principales dispositions législatives et règlementaires en matière de déontologie professionnelle dans le domaine.

Contenu : Processus de résolution d'un dilemme déontologique. Étude et analyse des différents codes de déontologie régissant les principales activités de communication marketing. Élaboration d'une grille d'évaluation des principaux problèmes déontologiques des différents domaines d'activité de la communication marketing.

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) ou vous rendre au babillard situé au 2^e étage du campus Longueuil (150, place Charles-Le Moyne, Longueuil).

CRM871 DÉONTOLOGIE ET COMMUNICATION MARKETING

Précisions sur le contenu

Clarifier les concepts portants sur la déontologie et l'éthique et en comprendre leurs dynamiques et leur portée dans un contexte de pratique en communication.

Développer et aiguiser la sensibilité et le jugement éthique en vue de faciliter la prise de décisions qui découle de situations de tension éthique. Le cours vise à bien outiller l'étudiante et l'étudiant en tant que futurs professionnels et gestionnaires en communication pour assumer un leadership qui tient compte des dimensions professionnelle, déontologique et éthique propres aux contextes de pratique de la communication marketing. Les étudiants seront amenés à réfléchir tels des acteurs de situations concrètes, puisque s'imprégner de la réalité, c'est favoriser les meilleures conditions pour comprendre et développer l'exercice du jugement.

Approche pédagogique

- Discussion critique (mode coaching)
- Ateliers pratiques
- Exposés magistraux portant sur plusieurs aspects théoriques liés au domaine de la déontologie et de l'éthique, ainsi que sur l'application de ces concepts dans la pratique des communications.
- Lectures scientifiques

Évaluation

Travail #1 (individuel)	20%
Travail #2 (en équipe)	10%
Travail #3 (en équipe)	30%
Travail #4 (individuel)	40%

Bibliographie

Texte à lire disponibles sur MOODLE.