

**CRM 801 PRATIQUES AVANCÉES EN RELATIONS PUBLIQUES
(3 crédits)**

PRÉALABLE : aucun

Nombre limite : 25 étudiantes ou étudiants

DESCRIPTEURS :

Objectifs : Approfondir les modèles théoriques entourant l'utilisation des relations publiques dans la gestion de la communication publique. Analyser l'impact de ces modèles dans le contexte de différentes stratégies de communication publique.

Contenu : Présentation des différents modèles théoriques. Analyse de l'impact des relations publiques dans la planification de la communication marketing. Compréhension des contextes d'application des relations publiques (gestion de crise, intervention planifiée du risque, lancement et promotion, gestion de l'opinion publique, etc.), des rôles et des influences des vecteurs de communication (médias, meneurs d'opinion, cible) dans les relations publiques.

AUTRES INFORMATIONS GÉNÉRALES

Pour vérifier si cette activité pédagogique est offerte à la présente session, consulter l'horaire sur le site du Département des lettres et communications à la rubrique [Espace étudiant](http://www.usherbrooke.ca/dlc/espace-etudiant) (www.usherbrooke.ca/dlc/espace-etudiant) ou vous rendre au babillard à droite du A3-201 de la Faculté des lettres et sciences humaines.

CRM 801 PRATIQUES AVANCÉES EN RELATIONS PUBLIQUES

Objectifs spécifiques

- Intégrer l'apport stratégique des relations publiques dans une perspective de planification de la communication marketing.
- Acquérir les bases théoriques et stratégiques nécessaires à la planification et à l'exécution de programmes spécifiques de relations publiques.
- Comprendre et gérer la dynamique des réseaux et processus d'influence médiatiques afin d'optimiser les interventions de relations publiques auprès de différents publics.
- Analyser des problématiques communicationnelles complexes.
- Pouvoir déterminer les enjeux prioritaires et gérer une planification du risque.
- Pouvoir effectuer des recommandations stratégiques.
- Réaliser, en tout ou en partie, un programme d'intervention de relations publiques.
- Pouvoir évaluer l'efficacité des différents programmes de relations publiques.

Précisions sur le contenu

Le contenu du cours se partage de la façon suivante :

1. Concepts et modèles théoriques
2. Grille d'analyse (applicables aux domaines des relations publiques et de la communication marketing)
3. Appropriation des modèles théoriques et méthodologiques par des exercices et des études de cas

Les étudiantes et les étudiants seront appelés à réfléchir aux paramètres proposés, à procéder à une application pragmatique de la matière théorique.

Approche pédagogique

- Résumés de lectures
- Présentations en classe
- Brefs exposés magistraux
- Discussions critiques et échanges sur chacun des thèmes abordés
- Études de cas
- Exercices pratiques

L'approche pédagogique est basée sur l'étude de cas. Les étudiant (e)(s) seront invités par le professeur à participer activement au cours par des présentations personnelles, des discussions critiques, des commentaires et des analyses portant sur les modèles conceptuels, des études de cas, ainsi que sur différents programmes d'intervention en relations publiques. Dans ce contexte, les étudiant(e)(s) devront se préparer adéquatement avant chaque cours afin de créer une dynamique stimulante et enrichissante pour l'ensemble des participants. De plus, la connaissance de l'anglais est requise.

CRM 801 PRATIQUES AVANCÉES EN RELATIONS PUBLIQUES

Évaluation

Travail individuel (TP1) : étude de cas 20 %
Travail individuel (TP2) : audit de relations 40 %
publiques
Travail de session (équipe): Plan d'intervention rp 40%

Bibliographie

Une bibliographie sélective sera distribuée au premier cours.