

- Faculté des sciences économiques
- [www.unine.ch/seco](http://www.unine.ch/seco)

### Stratégies de communication de la CIG (5AJ2121)

Filières concernées	Nombre d'heures	Validation	Crédits ECTS
<b>Master en journalisme et communication, orientation création de contenus et communication d'intérêt général</b>	<b>Cours: 2 ph</b>	Voir ci-dessous	3

ph=période hebdomadaire, pg=période globale, j=jour, dj=demi-jour, h=heure, min=minute

#### Période d'enseignement:

- Semestre Printemps

#### Equipe enseignante

Marie Deschenaux/ [marie.deschenaux@unine.ch](mailto:marie.deschenaux@unine.ch)

#### Contenu

Analyser une opération de la communication CIG afin de l'insérer dans l'actualité avec justesse et déontologie. Ce cours permet d'appréhender les différents mécanismes tel que la propagande ; qui sont utilisés en communication de la CIG.

#### Forme de l'évaluation

Une évaluation individuelle écrite sera demandée sous forme d'analyse et de stratégie de communication de la CIG. L'élève devra par la suite défendre sa stratégie à l'oral.

Rattrapage : travail équivalent

Les modalités d'évaluation décrites ci-dessus sont valables à la fois pour un enseignement en présentiel ou éventuellement à distance.

#### Documentation

La différente documentation est donnée pendant le cours.

#### Pré-requis

Aucun prérequis

#### Forme de l'enseignement

##### OBJECTIFS :

Au terme de la formation, l'étudiant-e doit être capable de :

- Reconnaître une action de CIG dans un contexte général et ou une problématique
- Analyser une opération de communication par le biais des activités, des messages et des canaux utilisés
- Analyser les mécanismes d'une CIG (propagande, relations médias...)
- Identifier les enjeux globaux et spécifiques d'une action CIG
- Identifier un public cible d'une action CIG en utilisant des caractéristiques reconnues
- Reconnaître les préoccupations du public concerné
- Définir une stratégie de communication afin de servir son message (fédérer, mobiliser, positionner son sujet dans les médias dit traditionnels, prendre la voix sur les réseaux sociaux...)
- Concevoir un message CIG cohérent en prenant en compte les différents éléments de langage et la culture en vigueur
- Rédiger un message CIG compréhensible par le public défini en amont
- Hiérarchiser la distribution d'un message CIG rédigé
- Utiliser les leviers pour une diffusion virale des messages CIG
- Sélectionner les canaux adaptées à la distribution du message : médias traditionnels, le web, les réseaux sociaux, l'évènementiel
- Concevoir un planning des différentes actions ( table ronde, débat, intervention dans les médias)
- Mesurer l'efficacité d'une stratégie en définissant et analysant les retombées d'une action CIG
- Défendre sa stratégie de communication à l'orale en formulant des arguments en lien avec sa pertinence, sa cohérence et sa mise en place.