

- Faculté des sciences économiques
- www.unine.ch/seco

Stratégies de communication de la CIG (5AJ2121)

Filières concernées	Nombre d'heures	Validation	Crédits ECTS
Master en journalisme et communication, orientation création de contenus et communication d'intérêt général	Cours: 2 ph	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

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.