

- 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 (120ECTS)</b>	<b>Cours: 2 ph</b>	Voir ci-dessous	3
<b>Master en journalisme et communication, orientation création de contenus et communication d'intérêt général (90ECTS)</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 Automne

### 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

Consignes pour l'évaluation - Analyse de communication (CIG)

Objet du travail :

Réalisez une analyse écrite individuelle portant sur une stratégie de communication d'intérêt général (CIG). Ce travail devra être déposé sur Moodle avant la date du 12 décembre 2024

1. Longueur du travail :

L'analyse devra compter min 7'500 signes à 15'000 maximum

2. Structure attendue :

- Introduction : Présentation du contexte et des objectifs de l'analyse.
- Analyse de la situation : Analyse de la situation avec des outils (par exemple, SWOT, publics cibles).
- Proposition de stratégie : Recommandations stratégiques (actions, canaux, messages).
- Conclusion : Résumé des recommandations et impact attendu.

3. Dépôt sur Moodle :

- Le fichier doit être au format PDF et nommé Nom\_Prenom\_Analyse\_comm\_CIG.pdf .
- Date limite de dépôt : 12 décembre à 23h59

### Modalités de rattrapage

En cas de rattrapage, un travail écrit individuel devra être rendu (minimum 7'500 signes- 15'000 signes).

### 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...)

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

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

- 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 adaptés 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.