



# Haute École Libre de Bruxelles – Ilya Prigogine

## DESCRIPTION DES UNITÉS D'ENSEIGNEMENT

### COMMUNIQUER, UN DÉFI POUR LES RELATIONS PUBLIQUES

**CODE:** UE1-3

**Sous toute réserve des décisions du CNS (Conseil National de Sécurité) et des autorités de tutelle en fonction de l'évolution sanitaire.**

Département COMMUNICATION ET MULTIMEDIA	
Section : <b>RELATIONS PUBLIQUES</b>	Sous-section / Finalité / Option : <b>Sans objet</b>
Implantation : <b>Campus Reyers</b> , Bld A. Reyers 52, 1044 Bruxelles Téléphone secrétariat : 02 / 560 28 88	
Cycle : <div><input type="checkbox"/> 1 <input checked="" type="checkbox"/> 2</div> Bloc d'études : <b>1</b> Situation dans la formation : quadrimestre 1 Niveau du cadre européen des certifications : <div><input type="checkbox"/> Niveau 6 <input checked="" type="checkbox"/> Niveau 7</div>	Unité d'enseignement pré-requise : <b>Néant</b> Unité d'enseignement co-requise : <b>Néant</b> Volume horaire : <b>65h</b> Nombre crédits ECTS (= pondération de l'UE) : <b>4</b> <b>Obligatoire</b> <u>Langue d'enseignement</u> : <b>français</b> <u>Langues d'évaluation</u> : <b>français</b>
<u>Responsable de l'UE</u> : <b>Monsieur Manuel ABRAMOWICZ</b>	<u>Titulaire des activités d'apprentissage</u> : <b>Monsieur Manuel ABRAMOWICZ</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• <i>Introduction aux relations publiques</i></li><li>• <i>Modèles et outils de la communication</i></li></ul>
<b>CONTRIBUTION AU PROFIL D'ENSEIGNEMENT :</b> En regard de l'ensemble du programme de formation, l'UE contribue au développement des compétences et capacités suivantes :	
<b><u>Compétences</u> :</b> C1 : S'insérer dans son milieu professionnel et s'adapter à son évolution. C2 : Communiquer : écouter, informer, conseiller les acteurs, tant en interne qu'en externe. C3 : Mobiliser les savoirs et savoir-faire propres aux relations publiques.	
<b><u>Capacités</u> :</b> C1 <ul style="list-style-type: none"><li>• Développer une approche responsable, réflexive et critique des pratiques professionnelles, anticiper les évolutions.</li></ul> C2 <ul style="list-style-type: none"><li>• Pratiquer l'écoute avec empathie.</li><li>• Décoder les messages dans leurs différents modes de transmission.</li><li>• Recueillir, sélectionner, transmettre et expliquer les informations.</li></ul>	

- Développer une attitude assertive et positive.

C3

- Identifier les réseaux d'information relatifs aux activités de l'organisation et élaborer une fonction de « veille de l'actualité ».
- Exploiter les ressources des milieux médiatiques avec les instruments de travail adéquats.
- Comprendre et pratiquer activement les différents langages de communication : langues parlées et écrites, langages audiovisuels et multimédia, communication non verbale.
- Utiliser et optimiser les techniques et outils de communication ; en suivre les évolutions.

## ACQUIS D'APPRENTISSAGE SPÉCIFIQUES

### Par activité d'apprentissage :

#### En Introduction aux relations publiques :

Au terme de l'activité d'apprentissage, l'étudiant sera capable :

- d'identifier, d'analyser et de concevoir une action de relations publiques en lien avec les besoins d'une organisation et ceux des publics concernés ;
- de distinguer les divers courants théoriques dans le domaine de la communication ;
- d'appliquer le plan de communication à tout cas pratique.

L'étudiant devra maîtriser de façon concrète des outils en communication digitale: sites et applications de veille de la e-reputation, les principaux réseaux sociaux (facebook, google+, twitter, linkedin, viadeo), utilisation des flux RSS dans le but:

- de soigner son identité numérique en tant que futur candidat à l'embauche ;
- d'être capable de rassembler et de trier l'information sur un sujet précis ;
- d'être capable de veiller à la réputation de l'entreprise et à utiliser la communication adéquate pour corriger les dérives.

#### En Modèles et outils de la communication :

L'étudiant sera capable :

- de distinguer les divers courants théoriques dans le domaine de la communication ;
- d'expliquer quelques grands auteurs qui ont marqué les recherches dans le domaine de la communication, les notions clés développées par ceux-ci ;
- d'aborder par des exercices pratiques quelques techniques de communication spécifiques aux modèles modernes afin de mieux intégrer la matière concernant le courant systémique. Cette approche aidera également l'étudiant à mieux comprendre certaines situations de sa vie relationnelle personnelle.

## CONTENU SYNTHÉTIQUE

### En Introduction aux relations publiques :

Histoire des relations publiques à l'étranger et en Belgique, les rôles, techniques et publics RP, l'image RP, la différence entre RP et publicité, les diverses tâches des RP (RP, attaché de presse, contacts extérieurs, porte-parole, spin doctor... ). Veille des médias sociaux : les concepts de base, les tendances, les principaux médias sociaux, le rôle du Community manager, les outils pour effectuer une veille.

### En Modèles et outils de la communication :

Les divers modèles de la communication, leurs différences, leurs points de convergences, les différentes formes que peuvent prendre la communication (verbale, écrite, non-verbale...), l'importance des mots, les données idéologiques qui s'intègre dans un discours théorique...

## MÉTHODES D'APPRENTISSAGE

Exposés *ex cathedra* ; travaux de groupes ; observation d'échantillons et déduction de règles ; imitation et transposition à des situations originales (jeux de rôles) ; étude des éléments formels (vocabulaire, actes de communication) ; intervention possible de professionnels pour des débats contradictoires lors de séances de l'AA.

En **Introduction aux relations Publiques** : Exposés magistraux, travaux de groupe durant les séances.

En **Modèles et outils de la communication** : Exposés magistraux, travaux de groupe durant les séances.

## SUPPORTS DE COURS

	Obligatoire	En ligne
Introduction aux relations publiques	Oui	Oui
Modèles et outils de la communication	Oui	Oui

## MODALITÉS D'ÉVALUATION

Type d'évaluation :

- **Introduction aux relations publiques Modèles et outils de la communication** : examen écrit en janvier (100 %), remédiable en juin (**examen écrit en ligne** 100 %) et en septembre (examen écrit 100 %). Il est à noter que 10 % de la note finale de chacun de ces examens sera attribuée à l'utilisation de la langue française.
- **Modèles et outils de la communication** : examen écrit en janvier (100 %), remédiable en juin (**examen écrit en ligne** 100 %) et en septembre (examen écrit 100 %). Il est à noter que 10 % de la note finale de chacun de ces examens sera attribuée à l'utilisation de la langue française.

L'Unité d'Enseignement donne lieu à une cotation finale unique qui est le résultat de la moyenne géométrique des évaluations de chacune des A.A. pondérées dans les proportions suivantes :

**Introduction aux relations publiques** : 50%

**Modèles et outils de la communication**: 50 %

## SOURCES DOCUMENTAIRES

Utilisées par l'enseignant :

**En Introduction aux relations publiques :**

ADARY (A.), LIBAERT (Th.), MAS (C.) et WESTPHALEN (M.-H.), *Communicateur. Toutes les clés de la communication*, Paris, Dunod, 2015 (septième édition)

BILLIET (S.), *Les relations publiques. Refonder la confiance entre l'entreprise, les marques et leurs publics*, Paris, éditions Dunod, 2017

CATELLANI (A.) et SAUVAJOL-RIALLAND (C.), *Les relations publiques*, Paris, Dunod, 2015

COLLET (H.), *Communiquer, pourquoi, comment ? Le guide de la communication sociale.*

*Associations, syndicats, partis politiques, collectivités territoriales, organismes religieux, mutuelles, coopératives...* Paris, Éd. Cridec, 2004

CHOUCHAN (L.) et FLAHAUT (J-F.), *Les relations publiques*, Paris, Presses Universitaires de France (PUF), 2005 (troisième édition)

GRIJSPEERDT (A.), *Une industrie de la célébration : des relations publiques à la communication d'organisation*, Bruxelles, EVO, 1995  
 LE BOHEC (J.), *Dictionnaire du journalisme et des médias*, Rennes, Presses Universitaires de Rennes (PUR), 2010  
 PASCAL (Ch.), *La Communication événementielle*, Paris, éditions Dunod, 2017  
 MAISONNEUVE (D.), LAMARCHE (J.-F.) ST-AMAND (Y.), *Les relations publiques dans une société en mouvance*, Québec, Éditions Presses de l'Université du Québec, 2004  
 MOREL (Ph.), *Pratique des relations presse*, Paris, Dunod, 2001 (deuxième édition)  
 UGEUX (W.), *Les relations publiques. Une fonction sociale nouvelle*, Verviers, Éd. Marabout Service, 1973

### **En Modèles et outils de la communication**

ADARY (A.), LIBAERT (Th.), MAS (C.) et WESTPHALEN (M.-H.), *Communicateur. Toutes les clés de la communication*, Paris, Dunod, 2015 (septième édition)  
 BAHJA (S.) et ODEYN (Th.), *La propagande au ralenti. Outil d'analyse de la propagande. De la propagande nazie à la publicité. La propagande du groupe Etat islamique*, Bruxelles, ZIN La fabrique des idées, ZIN TV, 2017  
 BALTA (F.) et MULLER (J.-L.), *La systémique avec les mots de tous les jours*, France, Éditions ESF, 2004  
 BENEDETTI (A.), *La fin de la com'*, Paris, Éditions du Cerf, 2015  
 BLANCHET (Ph.), *Les mots piégés de la politique*, Paris, Textuel, Petite encyclopédie critique, 2017  
 BRETON (Ph.), *Convaincre sans manipuler. Apprendre à argumenter*, 2015, Éd. La Découverte, 2015 (deuxième édition)  
 BRETON (Ph.), *La parole manipulée*, Paris, Éd. La Découverte, 2000 (deuxième édition)  
 BOUGNOUX (D.), *Introduction aux sciences de la communication*, Paris, Éd. la Découverte, 2001  
 COLLECTIF, *Précis à l'usage des journalistes qui veulent écrire sur les noirs, les musulmans, les asiatiques, les roms, les homos, la banlieue, les juifs, les femmes...*, Paris, Panos Europe et Le Cavalier Bleu éditions, 2013  
 COLLET (H.), *Communiquer : pourquoi, comment ? Le guide de la communication sociale. Associations, syndicats, partis politiques, collectivités territoriales, organismes religieux, mutuelles, coopératives...*, France, Éd. Cridec, 2004  
 GUIGO (P.-E.), *Com & politique. Les liaisons dangereuses. 10 questions pour comprendre la communication politique*, Éd. Arkhé, 2017  
 LAKOFF (G.), *La guerre des mots. Ou comment contrer le discours des conservateurs*, Éd. CELSA Paris-Sorbonne, Les Petits matins, 2015 (livre traduit de l'américain, première édition 2014)  
 LAMIZET (B.), *Le langage politique. Discours. Images. Pratiques*, Paris, Ellipses, 2011  
 MATTELART (A. et M.), *Histoire des théories de la communication*, Paris, Éd. La Découverte, 2004  
 MORELLI (A.), *Principes élémentaires de propagande de guerre. Utilisables en cas de guerre froide, chaude ou tiède...*, Bruxelles, Éd. Aden, 2010 (troisième édition revue et corrigée ; 2001 et 2006)