



# Haute École Libre de Bruxelles – Ilya Prigogine

## DESCRIPTION DES UNITÉS D'ENSEIGNEMENT

### COMMUNICATION EN ENTREPRISE

**CODE : UE4-1**

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

<b>Catégorie : ÉCONOMIQUE</b>	
Section : <b>RELATIONS PUBLIQUES</b>	Sous-section / Finalité / Option : <b>Sans objet</b>
Implantation : <b>Campus Reyers</b> , Bld A. Reyers 52, 1030 Bruxelles Téléphone secrétariat : 02 / 560 28 88	
Cycle : <div style="display: flex; gap: 10px;"> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px 5px;">1</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px 5px;">2</div> </div> Bloc d'études : <b>2</b> Situation dans la formation : <b>quadrimestre 4</b> Niveau du cadre européen des certifications : <div style="display: flex; gap: 10px;"> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px 5px;">Niveau 6</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px 5px;">Niveau 7</div> </div>	Unité d'enseignement pré-requise : <b>Néant</b> Unité d'enseignement co-requise : <b>Néant</b> Volume horaire : <b>56h</b> Nombre crédits ECTS (= pondération de l'U.E.) : <b>5</b> <b>Obligatoire</b> Langue d'enseignement : <b>français</b> Langue d'évaluation : <b>français</b>
<u>Responsable de l'UE :</u> <b>Madame Corinne BRICMAAN</b>	<u>Titulaires des activités d'apprentissage :</u> <b>Madame Corinne BRICMAAN</b> ( <i>Atelier de communication écrite III : relations internes</i> ) <b>Monsieur Marc-Henri DEBRUYNE</b> ( <i>Communication interne d'entreprise</i> )
<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 :	
<u><b>Compétences :</b></u> 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, dans un environnement multilingue. C3 : Mobiliser les savoirs et savoir-faire propres aux relations publiques C4 : Analyser les données utiles à la réalisation de sa mission dans une démarche systémique C5 : S'organiser : structurer, planifier, coordonner, gérer de manière rigoureuse les actions et les tâches liées à sa mission	
<u><b>Capacités :</b></u> C1 :	

- Travailler, tant en autonomie qu'en équipe, dans le respect de la culture de l'entreprise
- Collaborer à la résolution de projets et problèmes complexes avec méthode, rigueur, proactivité et créativité
- Adopter une attitude éthique et respecter les règles déontologiques
- Développer une approche responsable, réflexive et critique des pratiques professionnelles, anticiper les évolutions
- Développer et entretenir des relations de confiance avec les publics internes et externes dans le respect du protocole et du savoir-vivre professionnel
- Identifier ses besoins de développement et s'inscrire dans une démarche de formation permanente

#### **C2 :**

- Pratiquer l'écoute avec empathie
- Décoder les messages dans leurs différents modes de transmission
- Recueillir, sélectionner, transmettre et expliquer les informations
- Structurer sa pensée et s'exprimer avec pertinence dans un langage adapté aux différents interlocuteurs
- Négocier, argumenter, persuader
- Développer une attitude assertive et positive

#### **C3 :**

- Définir sa mission en adéquation avec les enjeux et stratégies de l'organisation
- 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.

#### **C4 :**

- Assurer la cohérence de l'« image d'entreprise »
- Identifier les carences de communication de l'entreprise, proposer les moyens d'y remédier et impulser les améliorations
- Évaluer l'impact de toute action de communication
- Élaborer un projet économique et social
- Interpréter et exploiter les résultats d'enquêtes et de sondages.

#### **C5 :**

- Se créer un réseau de relations
- Mettre en place des stratégies de communication et d'information en adéquation avec les objectifs poursuivis
- Planifier et coordonner les projets et les tâches, fixer les priorités, veiller au suivi opérationnel des actions programmées
- Motiver ses collaborateurs et gérer les équipes
- Gérer les problèmes sociaux et interpersonnels, anticiper et résoudre les conflits.

### **ACQUIS D'APPRENTISSAGE SPÉCIFIQUES**

### **Communication interne d'entreprise :**

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

- de percevoir le climat social d'une organisation
- de poser le bon diagnostic en cas de problème
- de mettre en place les bonnes mesures (outils-procédures-flux) en fonction des attentes et compétences du management et du personnel...
- de traduire l'esprit, l'âme, le caractère de la « personne morale » qu'est l'entreprise, de lui donner vie en prenant garde de ne pas la dénaturer.

### **Atelier de communication écrite III : relations internes :**

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

- d'identifier et d'analyser les spécificités ainsi que les enjeux de diverses productions de communication interne, à commencer par la ligne éditoriale
- de maîtriser une palette de techniques et de stratégies de communication interne adaptés à des contenus, des publics et des visées spécifiques
- de les mobiliser de manière créative et pertinente pour éviter la surinformation et construire un média-mix efficace

## **CONTENU SYNTHÉTIQUE**

### **Communication interne d'entreprise :**

1. Les bases de RP (flux, règles, acteurs etc)
2. Stratégie de communications internes
  - L'audit interne
  - La plate-forme de communication interne
    - o L'attribution des responsabilités
    - o La conception des messages
    - o Le choix des instruments
3. L'écrit, pivot de la communication interne
  - L'information courante
    - o Les documents de travail
    - o Les instruments de dialogue
  - La presse d'entreprise
    - o Le journal interne
    - o Les supports parallèles
  - Le projet d'entreprise
  - Les gestes d'information
4. Oral et audiovisuel: supports de communication interne
  - L'oral
    - o Le téléphone
    - o La réunion
    - o Les rencontres
  - Les nouveaux médias
  - L'audiovisuel
  - La visioconférence
5. L'intranet et l'extranet

### **Atelier de communication écrite III : relations internes :**

Conception d'un projet de communication interne à la Haute Ecole

- Les outils de la communication interne administrative, à commencer par le PV de réunion
- Les supports de communication interne fréquencés : développement de productions créatives,

individuelles et/ou collectives, internes à la HELB (journal/vidéo d'entreprise, webzine, lettre d'information, exposition, événement de dissémination...)

## MÉTHODES D'APPRENTISSAGE

Communication interne d'entreprise :

Cours magistral **en ligne** illustré d'analyses de cas concrets issus de l'actualité, débats d'idées, mise au point de stratégies issues de besoins du terrain, rencontres de professionnels, etc.

Atelier de communication écrite III : relations internes

- Approche inductive, analytique, réflexive et pragmatique basée d'une part, sur des documents authentiques ; d'autre part, sur les productions de l'étudiant
- Ateliers d'écriture individuelle et collective **en ligne**, étroitement liés à la communication interne de la Haute Ecole, en particulier du Département
- Création d'un portfolio créatif et analytique de productions publiées personnelles et non personnelles

## SUPPORTS DE COURS

	Obligatoire	En ligne
Atelier de communication écrite III : relations internes	Oui	Oui
Communication interne d'entreprise	Oui	Oui

## MODALITÉS D'ÉVALUATION

Type d'évaluation :

**Atelier de communication écrite III : relations internes :**

Juin : évaluation continue et portfolio personnalisé 100%, partiellement remédiables en septembre

Septembre : reprise de la note de l'évaluation continue et du portfolio personnalisé 50% ; portfolio personnalisé et examen écrit 50%.

**En Communication interne d'entreprise :**

Juin : examen **oral en ligne** 100%, remédiable en septembre (examen écrit 100 %).

**Calcul de la note de l'UE**

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

- **Atelier de communication textuelle III : relations internes** : 60 %
- **Communication interne d'entreprise** : 40%

## SOURCES DOCUMENTAIRES

### **Atelier de communication écrite III : relations internes :**

Documents authentiques, supports de séances et appareils théoriques en ligne.

COFFINEAU, Aurélie. COFFINEAU, Virginie. MARTEAU Matte. *Les clés d'un scénario réussi : Cinéma, TV, pub, docu, corporate*. Paris, Eyrolles, 2015

JADOS, Laurence. *Rédigez des textes sexy pour vos supports de communication ! L'écriture communicationnelle*. Parsi, Edi. Pro, 2018

LAMARRE, Guillaume. *L'art du storytelling : manuel de communication*. Paris, Pyramyd, 2018

LELLI (Annick), *Les écrits professionnels. La méthode des 7 C – Soyez correct, clair, concis, courtois, convivial, convaincant, compétent*, 2<sup>e</sup> édition, Paris, Dunod, 2008

LEWI, Georges. *La fabrique de l'ennemi : comment réussir son storytelling*. Paris, Vuibert, 2014

LEYS (Michel), *Ecrire pour être lu. Comment rédiger des textes administratifs faciles à comprendre?*, Bruxelles, Ministère de la Communauté française de Belgique, Service de la langue française – Ministère fédéral de la Fonction publique, Service d'information, 2009

LONGHI, Julier et WEBER, Jonathan. *La communication numérique : du code à l'information*. Paris, L'Harmattan, 2018

OLIVIERI, Nicolas. *La création de contenus au cœur de la stratégie de communication : storytelling, brand content, inbound marketing*. Paris, L'Harmattan, 2017

PAYEN Ph., *B.A.-BA de communication*, Levallois-Pérex, Studyrama – Vocatis, 2012

WAUTERS Fr., *Marketer son écriture. Rédiger vite et bien pour toucher son public*, Bruxelles, De Boeck Duculot, 2013

### **Communication Interne d'entreprise**

DETRIE (Ph), *La communication interne au service du management*, Rueil-Mamaison, Liaisons, 2001.

GERARD (Philippe), JEZEQUEL (Bernadette), *La boîte à outils du responsable communication*, Paris, Dunod, 2008.

LIBAERT (Thierry) et WESTPHALEN (Marie-Hélène), *Communicator*, Paris, éditions Dunod, 2012.

RENCKER (Edouard), *Le nouveau visage de la com'interne : réflexions, méthodes et guide pour l'action*, Paris, Eyrolles, 2008.

PERRUCHOT GARCIA (Valérie), *Dynamiser sa communication interne*, Paris, Dunod, 2012.