



Haute École Libre de Bruxelles – Ilya Prigogine

DESCRIPTION DES UNITÉS D'ENSEIGNEMENT

COMMUNICATION EN MILIEU PROFESSIONNEL

CODE : UE6-1

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 : RELATIONS PUBLIQUES	Sous-section / Finalité / Option : Sans objet
Implantation : Campus Reyers , Bld A. Reyers 52, 1044 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 : 3 Situation dans la formation : quadrimestre 6 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>	Unités d'enseignement pré-requises : <p style="text-align: center;">UE1-2 ; UE4-5 ; UE4-6</p> Unité d'enseignement co-requise: Néant Volume horaire : 60h Nombre crédits ECTS (=pondération de l'UE) : 4 Obligatoire Langues d'enseignement : Anglais (<i>Boost your English for work</i>), Néerlandais (<i>Verbeter je Nederlands op de werkvloer</i>) Français (<i>Communication de crise et Communication financière</i>), Langues d'évaluation : id. enseignement.
<u>Responsable de l'UE :</u> Madame Nathalie DELANDE	<u>Titulaires des activités d'apprentissage:</u> Monsieur Manuel ABRAMOWICZ (<i>Communication de crise</i>) Madame Nathalie DELANDE (<i>Boost your English for work</i>) Madame Chantal LEKEU (<i>Verbeter je Nederlands op de werkvloer</i>) Madame Carine PIERRE (<i>Communication financière</i>)
CONTRIBUTION AU PROFIL D'ENSEIGNEMENT : En regard de l'ensemble du programme de formation, l'UE contribue au développement des compétences et capacités suivantes :	

Compétences :

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 RP.

C4 : Analyser les données utiles à la réalisation de sa mission.

Capacités :

C1:

- Travailler, tant en autonomie qu'en équipe, et comprendre pourquoi cela doit se faire dans le respect de la culture de l'entreprise, le cas échéant.
- Comprendre comment adopter une attitude éthique et respecter les règles déontologiques.
- Collaborer à la résolution de problèmes avec méthode, rigueur, proactivité et créativité.
- Développer une approche responsable, réflexive et critique des pratiques professionnelles, anticiper les évolutions.
- Savoir comment développer et entretenir des relations de confiance avec les publics internes et externes dans le respect du protocole et du savoir-vivre professionnel.

C2:

- Recueillir, sélectionner, transmettre et expliquer les informations.
- Structurer sa pensée et s'exprimer avec pertinence, par écrit et oralement, dans un langage adapté.
- Développer une attitude assertive et positive.

C3 :

- Comprendre et pratiquer activement les différents langages de communication langues parlées et écrites.
- Définir la mission d'un RP en adéquation avec les enjeux et stratégies d'une organisation.
- Savoir comment identifier les réseaux d'information relatifs à certaines activités de l'organisation.
- Comprendre comment exploiter les ressources des milieux médiatiques avec les instruments adéquats de travail, dans des situations de crise et de gestion de la réputation.
- Savoir comment utiliser et optimiser les techniques et outils de communication de crise et financière; en suivre les évolutions.

C4 :

- Savoir comment assurer la cohérence de l'« image d'entreprise ».
- Pour des cas donnés, identifier les carences de communication d'une entreprise dans certains domaines, proposer les moyens d'y remédier.
- Évaluer l'impact de toute action de communication.

ACQUIS D'APPRENTISSAGE SPÉCIFIQUES**Par activité d'apprentissage:****En Communication de crise :**

Au terme de cette activité d'apprentissage, l'étudiant se sera familiarisé avec les bases théoriques et pratiques de la communication de crise. Il aura acquis les bases fondamentales du « monde de la communication de crise » : ses secrets, ses limites, ses « trucs et astuces »... Il sera capable d'analyser et de planifier (théoriquement) des gestions de crise et des plans de communication de crise.

En Boost your English for work :

Au terme de cette activité d'apprentissage, l'étudiant sera capable en anglais de comprendre oralement et par écrit (au niveau C1) des sujets relatifs aux RP, à la communication de crise et financière et à l'actualité socio-économique, de s'exprimer (au niveau B2+) sur les sujets abordés de façon structurée, assertive et positive, de rédiger en groupe ou en autonomie des documents

professionnels (au niveau B2+)

En Verbeter je Nederlands op de werkvloer :

Au terme de cette activité d'apprentissage, l'étudiant sera capable en néerlandais de comprendre oralement et par écrit (au niveau C1) des sujets relatifs aux RP, à la communication et à l'actualité socio-économique, de s'exprimer (au niveau B2+) sur les sujets abordés de façon structurée, assertive et positive, de rédiger en groupe ou en autonomie des documents professionnels (au niveau B2+)

En Communication financière :

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

- d'énoncer, d'expliquer et de justifier les contextes, motivations, objectifs, fonctions (acteurs), méthodes et outils de communication financière, et ce, sur base des fondements historiques et des réalités financières, notamment juridiques et éthiques, au sein de l'entreprise, d'une part et des marchés financiers, de l'autre ;
- à partir d'une étude de cas, de se fondre dans le personnage de l'acteur adéquat parmi ceux dont la fonction a été étudiée et d'établir une stratégie de communication financière répondant à la problématique du cas avec développement des méthodes et outils de communication utilisés.

CONTENU SYNTHÉTIQUE

En Communication de crise :

- Avant la communication de crise... la crise ! : Définitions, caractéristiques, exemples de crise; Typologie des crises : sphères économique, technique, politique et corporate; Séquelles & réactions lors d'une crise; La crise peut être / est positive ! ; Que faire ?; Le centre/la cellule de crise...
- Les premières bases de la communication de crise (CdC) : Historique; Caractéristiques & rôles; La CdC est-elle de la propagande ?; CdC et déontologie; Une communication sensible ?; L'importance de la CdC pour les entreprises...
- Au cœur de la CdC : Les trois temps d'une gestion de crise et d'une CdC; Ses objectifs : informer, rassurer, dynamiser, mobiliser et réhabiliter; La cellule de CdC; Recherche des informations utiles; Deux types de communication : ascendante et descendante; Mesure et listing des impacts durables possibles de la crise; Identification des publics cibles; Choix de la communication, « outils » et lieux de la diffusion de l'information; Qui va communiquer ? Choix du porte-parole ; Mise en pratique de la communication de crise...
- Adversaires & Alliés : Identification des difficultés de « base »; Listage des adversaires et des alliés de la CdC; Les adversaires de la CdC; Analyse d'un cas concret; Des désavantages devenant des avantages...

En Boost your English for work / Verbeter je Nederlands op de werkvloer:

- Les réunions : cas pratiques et mises en situation (écriture de mails avec l'ordre du jour/ du PV de réunion/ jeux de rôles...)
- La communication digitale : analyses de cas, discussions et mises en situation (écriture d'un résumé sur LinkedIn, écriture de posts sur Facebook, écriture de Tweets)
- La communication de crise et la communication financière : analyses de cas, discussions et mises en situation
- L'actualité RP et socio-économique

En Communication financière:

- Introduction
- Cadre de la communication financière
 - Cadre réglementaire
 - Principes de base

- Environnement
 1. Historique et raison d'être
 2. En entreprise :
 - a. Acteurs
 - b. Cibles
 3. Au sein des institutions et des marchés financiers
 - a. Acteurs : FSMA, BNB, BCE,...
 - b. Des cibles qui sont aussi protagonistes parfois: investisseurs, entreprises, gestionnaires de fonds, agence de notation, presse spécialisée, etc...
- Stratégies de communication financière
 - a. Les supports de communication financière
 - b. Les outils de communication financière
 - c. Les stratégies proprement dites

MÉTHODES D'APPRENTISSAGE

En Communication de crise :

Approche théorique (cours ex-cathedra) et pratique de la communication de crise (par des exemples concrets, réactualisés et la réflexion des étudiants sur cette discipline - débats, intervention d'une personne ressource).

A mi-parcours, une évaluation orale est proposée aux étudiants.

En Boost your English for work / En Verbeter je Nederlands op de werkvloer:

Activité d'apprentissage en petits groupes et interactive basée sur la préparation en autonomie (lecture, écoute, production écrite) et la production orale et écrite régulière des apprenants en classe (rédaction de documents professionnels, présentations, débats, jeux de rôles).

En Communication financière:

- Exposés avec support visuel ou audiovisuel (slides et vidéos), assortis de recherche d'exemples par groupes relatives aux concepts de bases, pour une meilleure appropriation des notions proposées.
- Études de cas collectives et par groupes : recherche, dans un cas donné, des fonctions intervenantes et établissement des stratégies de communication requises de la part de ces dernières.

SUPPORTS DE COURS

	Obligatoire	En ligne
Communication de crise	Oui	Oui
Boost your English for work	Oui	Oui
Communication financière	Oui	Oui
Verbeter je Nederlands op de werkvloer	Oui	Oui

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Type d'évaluation :

En Communication de crise :

Examen écrit en ligne (100%), remédiable en septembre (100 % examen écrit).

Il est à noter que 10 % de la note finale de chacun de ces examens sera attribuée à l'utilisation de la langue française.

En Boost your English for work:

En juin : évaluation continue 100%.

En septembre : travail écrit 25% + examen oral 75%.

En Verbeter je Nederlands op de werkvloer :

En juin : évaluation continue 100%.

En septembre : examen écrit 25% (ou travail à rendre) + examen oral 75%.

En Communication financière :

Travail écrit de groupe (100%), remédiable en septembre (100% examen écrit).

Calcul de la note de l'UE

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 :

- **Communication financière : 40%**
- **Boost your English for work / Verbeter je Nederlands op de werkvloer: 40%**
- **Communication de crise : 20%**

SOURCES DOCUMENTAIRES

Utilisées par l'enseignant et proposées à l'appui du travail personnel de l'étudiant:

En Communication de crise :

Ouvrages:

BLOCH (E), *Communication de crise et médias sociaux: Anticiper et prévenir les risques d'opinion - Protéger sa e-réputation - Gérer les crises*, Paris, Éd. Dunod, 2012

GABARY (M), *Communiquer dans un monde en crise – Images, représentations et médias*, Paris, Éd. l'Harmattan, 2005

FOUCAULT (G), *Communication de crise. Le manuel essentiel*, Montpellier, Éd. Télémaque, 2017

JOUAS (M), *Communication de crise. Gérer l'urgence et l'émotion à l'aide de la process com*, Le Mans, Éd. GERESO, 2014

LE BOHEC (J.), *Dictionnaire du journalisme et des médias*, Rennes, Presse universitaires de Rennes (PUR), 2010

LE GUERNE (P.) et LESCAPLAIN (Ph), *Communiquer avec les médias - Guide de Média Training - Interviews, presse, télévision, médias sociaux...* Paris, Éd. Maxima, 2013

LIBAERT (T.), *(La) communication de crise*, Paris, Éd. Dunod, 2015 (4^e édition)

LIBAERT (T.), *Crises, de 1 à 150*, Communication sensible, 2007 (3^e édition)

LIBAERT (T.) et WESTPHALEN (M.-H.), partie 2 : *La communication globale* > Chapitre 7 : *La communication de crise*, in *Communicator – Toute la communication d'entreprise*, Paris, Éd. Dunod, 2015 (7^e édition)

MOINE (J.-F.) et COLOMBO (J.), *Communiquer en situation de crise – Avec l'autre, avec l'équipe, avec l'environnement*, Nogent-le-Rotrou, ESF éditeur, 2002

OGRIZEK (M.) et GUILLERY (J.-M.), *(La) communication de crise*, coll. « Que sais-je? », Paris, Presses Universitaires de France (PUF), 2000 (2^e édition)

PIERRAT (E.), *100 images qui ont fait scandale*, Paris, Éd. Hoëbeke, 2013

Sites :

CENTRE DE CRISE (AUTORITE FEDERALE) -GUIDE DE COMMUNICATION DE CRISE [en ligne], <https://centredecrise.be/fr/publication/guide-en-communication-de-crise>, site mis à jour en 2017, consulté le 24/03/2017

CRISP - VOCABULAIRE POLITIQUE [en ligne], <http://www.vocabulairepolitique.be>, site mis à jour en 2017, consulté le 24/03/2017

INSTITUT DES SCIENCES DE LA COMMUNICATION - CNRS / Paris-Sorbonne / UPMC [en ligne], www.iscc.cnrs.fr, site mis à jour en 2017, consulté le 24/03/2017

En Boost your English for work:

Ouvrages:

BAKER (H.), *Successful business writing : how to write excellent and persuasive communications*, Lancashire, Universe of learning, 2012.
BLACK (C.), *The PR professional's Handbook*, London, Kogan Page Ltd, 2014.
FOSTER (J.), *Writing skills for Public Relations*, London, Kogan Page Ltd, 2012.
HALFF (G.), *Introduction to Financial Communication*, London, Routledge, 2014.
TENCH (R.), Yeomans (L.), *Exploring public relations: global strategic communication* (4th edition), London, Pearson, 2017.
THEAKER (A.), *The public relations Handbook* (4th edition), New-York, Routledge, 2012.
VAYNERCHUCK (G.), *Jab, Jab, right hook, How to tell your story in a noisy environment*, New-York, HarperCollins publishers, 2013.

Sites :

ALL ABOUT PUBLIC RELATIONS, [en ligne], <http://www.aboutpublicrelations.net/>, site consulté le 20/03/2019
BRIAN SOLIS, [en ligne], <http://www.briansolis.com/>, site consulté le 20/03/2019
EUROPEAN COMMISSION, *How to prepare a Communication Plan* [en ligne], http://ec.europa.eu/ipg/go_live/promotion/communication_plan/index_en.htm , site consulté le 20/03/2019
FORBES, [en ligne], <https://www.forbes.com/> , site consulté le 20/03/2019
MINDTOOLS, [en ligne], <http://www.mindtools.com/CommSkill/CommunicationsPlanning.htm> , site consulté le 20/03/2019
NEWSPLACE.ORG, [en ligne], <http://www.niu.edu/newsplace/corporate.html>, site consulté le 20/03/2019
SAYLOR.ORG ACADEMY, [en ligne], <https://learn.saylor.org/course/view.php?id=22§ionid=203>, site consulté le 20/03/2019
PR CONVERSATIONS, [en ligne], <http://www.prconversations.com> , site consulté le 20/03/2019
PR COUNCIL [en ligne], <http://prcouncil.net/> , site consulté le 20/03/2019
PR NEWS FOR SMART COMMUNICATORS, [en ligne], <http://www.prnewsonline.com> , site mis à jour en 2017, site consulté le 20/03/2019
PR WEEK, [en ligne], <http://www.prweekus.com/> , site consulté le 20/03/2019
RAGAN.COM, [en ligne], <http://www.ragan.com> , site consulté le 20/03/2019
SEARCH ENGINE WATCH, [en ligne], <https://searchenginewatch.com/> , site consulté le 20/03/2019
THE GUARDIAN, [en ligne], www.guardian.co.uk , site consulté le 20/03/2019
THE NEW YORK TIMES, [en ligne], www.nytimes.com , site consulté le 20/03/2019

En Verbeter je Nederlands op de werkvloer :

BEKKERS (L.) en MENNEN , *Ter Zake, zakelijk Nederlands voor anderstaligen*, Antwerpen, uitg. Intertaal, 2006
VAN LOO (H.), SCHOENAERTS (P.) en FRAETERS (H.), *Niet vanzelfsprekend, een vervolgmethode Nederlands voor anderstaligen* Leuven, Uitg. Acco, 2003
www.brandsma.nl/lessen/les3.htm
www.eén.be
www.eutrio.be/nl/persconferentie
www.vdab.be

En Communication financière:

<http://www.netprof.fr/Gestion/Communication-financiere/Tous-les-cours-en-video,23,131,0.aspx>
KOUTROUBAS (T.) & LITS (M.) *Communication politique et lobbying*, Bruxelles, Éd. De Boeck Université, 2011
LÉGER (J-Y) *La communication des entreprises*; Coll. Topos, Paris, Éd. Dunod, 2010

LHOEST (T.) *Contrôle des sociétés cotées et des marchés financiers*, slides de support lors de son intervention à la HELB Ilya Prigogine en qualité d'orateur externe.
LIBAERT (T.), *Introduction à la communication* ; Coll. Topos, Paris, Éd. Dunod, 2009
LIBAERT (T.) & WESTPHALEN (M.-H.) *La communication externe des entreprises*; Coll. Topos, Paris, Éd. Dunod, 2011