



# Haute École Libre de Bruxelles – Ilya Prigogine

## DESCRIPTION DES UNITÉS D'ENSEIGNEMENT

### S'OUVRIRE AUX MÉDIAS

**CODE : UE2-1**

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 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>1</b>  Situation dans la formation : <b>quadrimestre 2</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(s) d'enseignement pré-requise(s) : <b>Néant</b> Unité(s) d'enseignement co-requise(s) : <b>Néant</b> Volume horaire : <b>65h</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 I : relations avec les médias</i> ) <b>Monsieur Manuel ABRAMOWICZ</b> ( <i>Presse écrite et numérique</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 :	
<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 RP 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 : <ul style="list-style-type: none"> <li>• Collaborer à la résolution de projets et problèmes complexes avec méthode, rigueur, proactivité et créativité</li> <li>• Adopter une attitude éthique et respecter les règles déontologiques</li> <li>• Développer une approche responsable, réflexive et critique des pratiques professionnelles, anticiper les évolutions.</li> <li>• Développer et entretenir des relations de confiance avec les publics internes et externes dans le</li> </ul>	

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, par écrit et oralement, 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.
- 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 ».
- Évaluer l'impact de toute action de communication.

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

### **Presse écrite et numérique :**

Au terme de l'activité d'apprentissage, l'étudiant aura démontré :

- sa connaissance des médias d'information de la presse écrite et numérique utiles aux relations publiques.
- qu'il est capable d'identifier au mieux les meilleurs médias écrits et numériques pour des stratégies médiatiques visant un large public ou des publics spécifiques.

### **Atelier de communication écrite I : relations avec les médias :**

Au terme de l'activité d'apprentissage, l'étudiant aura démontré :

- qu'il maîtrise les exigences formelles de divers supports de communication écrite stratégiques des relations avec les médias ; en particulier, le communiqué et le dossier de presse
- qu'il est capable de développer des stratégies de communication créatives, centrées sur les besoins spécifiques des publics médiatiques ciblés et cohérentes avec leur plan de communication global

## CONTENU SYNTHÉTIQUE

### **Presse écrite et numérique :**

L'activité d'apprentissage vise à faire connaître les fonctions, le mode d'organisation, le panorama et l'influence de la presse écrite et numérique en Belgique afin que demain, les étudiants actuels en situation professionnelle puissent travailler avec ses médias en toute intelligence.

**Atelier de communication écrite I : relations avec les médias :**

- techniques, stratégies et rédaction de productions écrites créatives destinées aux médias ; en particulier, le communiqué et le dossier de presse du travail pratique de l'AA « Organiser un événement », ainsi que le dossier de presse partiel d'une activité transversale à l'AA « Art et culture : approche RP » (UE 2-2)

**MÉTHODES D'APPRENTISSAGE****Presse écrite et numérique :**

- Exposés
- Exercices pratiques en classe ; analyses de contenu
- Visite d'une rédaction
- Conférence-débat avec un professionnel extérieur.

**Atelier de communication écrite I : relations avec les médias :**

- 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 créative en lien étroit avec les autres activités d'apprentissage du Q2, en particulier de l'UE 2.2. « Créer et réaliser son événement »
- Etablissement d'un portfolio personnalisé de documents authentiques et d'analyses de productions individuelles et/ou collectives

**SUPPORTS DE COURS**

	Obligatoire	En ligne
Presse et médias	Oui	Oui
Atelier de communication écrite I : relations avec les médias	Oui	Oui

**MODALITÉS D'ÉVALUATION****Type d'évaluation :****Presse écrite et numérique :**

- En juin : **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 attribué à l'utilisation de la langue française.

**Atelier de communication écrite I : relations avec les médias :**

Juin : **évaluation continue (100%), partiellement remédiable en septembre**

Septembre : **reprise de la note de l'évaluation continue (50%), examen écrit (50%).**

**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 :

- **Presse écrite et numérique :** 40 %
- **Outils de communication textuelle I :** 60%

## SOURCES DOCUMENTAIRES

### **Presse écrite ET numérique :**

Utilisée par l'enseignant :

LE GUERNE (Pascal) et LECAPLAIN (Philippe), *Communiquer avec les médias – Guide de média training - Interviews, presse, télévision, réseaux sociaux...* Paris, éditions Maxima Laurent du Mesnil, 2013

Proposées à l'appui du travail personnel de l'étudiant :

BALLE (Francis) (dir.), *Lexique d'information communication*, Paris, éditions Dalloz, 2006

LE BOHEC (Jacques), *Dictionnaire du journalisme et des médias*, Rennes, Presses universitaires de Rennes (PUR), 2010

OLIVESI (Stéphane) (dir.), *Sciences de l'information et de la communication*, Grenoble, éditions Presses universitaires de Grenoble (PUG), 2013 (2<sup>e</sup> édition).

### **Outils de communication textuelle I :**

Utilisée par l'enseignant :

Documents authentiques, supports des séances et appareils théoriques en ligne

BORDEAU, Jeanne. *Le dossier et le communiqué de presse*, Paris, Eyrolles, 2012

CALLY, Elodie. *Réussir ses relations presse. 2e éd.: Comprendre les nouveaux médias, rédiger un communiqué de presse, contacter un journaliste, évaluer des retombées presse*. Paris, Dunod, 2015

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

JEZEQUEL, Bernadette. PHILIPPE, Gérard. *La boîte à outils du responsable communication*. 3<sup>e</sup> éd. Paris, Dunod, 2016

LAVILLE, Marie-Laure. *Les relations presse à l'heure du digital. Des influenceurs aux ambassadeurs...* Paris, Dunod, 2017

LEGUERN, Pascal et LECAPLAIN, Philippe. *Communiquer avec les médias*, Paris, Editions Maxima, 2013

Proposées à l'appui du travail personnel de l'étudiant :

Documents authentiques, supports des séances et appareils théoriques en ligne

GREVISSE, Benoît, *Ecritures journalistiques : stratégies rédactionnelles, multimédia et journalisme narratif*, Louvain-la-Neuve, De Boeck, 2014.

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

MARTIN-LAGARDETTE, Jean-Luc, *Le Guide de l'écriture journalistique*, Paris, La Découverte, 2009.