



Haute École Libre de Bruxelles – Ilya Prigogine

DESCRIPTION DES UNITÉS D'ENSEIGNEMENT

COMMUNIQUER EN LANGUE FRANÇAISE

CODE : UE1-4

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

Catégorie : ÉCONOMIQUE	
Section : RELATIONS PUBLIQUES	Sous-section / Finalité / Option : Sans objet
Implantation : Campus Reyers , 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 : 1 Situation dans la formation: quadrimestre 1 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 : Néant Unité d'enseignement corequise : Néant Volume horaire : 65h Nombre crédits ECTS (= pondération de l'U.E.) : 5 Obligatoire Langue d'enseignement : français Langue d'évaluation : français
Responsable de l'UE : Madame Corinne BRICMAAN	<u>Titulaire de l'activité d'apprentissage :</u> Madame Corinne BRICMAAN (<i>Stratégie de communication : analyse du discours argumentatif et Stratégie de communication : le français appliqué aux relations publiques</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>Compétences :</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. C4 : Analyser les données utiles à la réalisation de sa mission dans une démarche systémique	
<u>Capacités :</u> C1 : <ul style="list-style-type: none"> • 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 :

- Décoder les messages dans leurs différents modes de transmission.
- Recueillir, sélectionner, transmettre et expliquer les informations.
- Décoder les messages dans leurs différents modes de transmission.
- Structurer sa pensée et s'exprimer avec pertinence, par écrit et oralement, dans un langage adapté aux différents interlocuteurs.
- Développer une attitude assertive et positive.

C4 :

- Évaluer l'impact de toute action de communication.

ACQUIS D'APPRENTISSAGE SPÉCIFIQUES

De manière générale pour l'unité d'enseignement :

Au terme de cette unité d'enseignement, l'apprenant sera capable de :

- prendre conscience de sa manière de communiquer
- poser un regard critique sur ses productions écrites et celles d'autrui
- mobiliser les techniques et outils d'apprentissage contemporains avec raison, rigueur et logique
- développer sa culture générale, en particulier en matière de relations publiques et d'actualité, en vue d'élever ses capacités rédactionnelles et argumentatives

En Stratégie de communication : analyse du discours argumentatif :

Au terme de l'unité d'enseignement, l'étudiant sera capable de :

- analyser et comprendre le fonctionnement et les stratégies de productions argumentatives contemporaines en français, en particulier en matière de relations publiques
- identifier les principales figures de rhétorique à la base de productions argumentatives contemporaines afin d'en saisir la portée, en particulier en matière de relations publiques
- analyser et comprendre l'influence des idées, idéologies et habitudes sur la manière de communiquer (production et réception)
- faire preuve de distance critique par rapport aux réactions et impressions spontanées, aux préjugés

En Stratégie de communication : le français appliqué aux relations publiques :

Au terme de l'unité d'enseignement, l'étudiant sera capable de :

- maîtriser suffisamment l'expression écrite en français (syntaxe, lexique, orthographe, ponctuation) pour transcrire ou rédiger des productions de communication contemporaines, par le biais de Twictées© et autres activités d'écriture numérique
- identifier les écarts et faiblesses linguistiques les plus courants (syntaxe, lexique orthographe, ponctuation) de productions de communication contemporaines et y remédier
- mobiliser les outils bureautiques (typographie, mise en page...) et les outils d'aide linguistique (correcteurs, Antidote...) de manière rigoureuse, critique et logique

CONTENU SYNTHÉTIQUE

En Stratégie de communication : analyse du discours argumentatif

- construction des discours et mise en œuvre des arguments : argumentations logique, rhétorique et scientifique
- rhétorique : triangle rhétorique et figures de style
- enjeux des productions argumentées contemporaines, en particulier en matière de relations publiques
- argumentation 2.0, 3.0 et 4.0

En Stratégie de communication : le français appliqué aux relations publiques

- Maître de l'écriture communicationnelle contemporaine (transcription et production) typique des relations publiques

- syntaxe de la phrase et du texte
- lexique
- orthographe lexicale et grammaticale
- style et ponctuation des productions de communication contemporaines, en particulier numériques
- Maîtrise des outils d'aide à la rédaction, en particulier le logiciel Antidote

MÉTHODES D'APPRENTISSAGE

En Stratégie de communication : analyse du discours argumentatif

- Découverte et appropriation des bases de la théorie de l'argumentation
- Auto-apprentissage en ligne
- Analyses et présentations individuelles et/ou collectives
- Approche inductive, analytique, réflexive et pragmatique : établissement d'un portfolio personnalisé de documents authentiques et d'analyses de productions individuelles

En Stratégie de communication : le français appliqué aux relations publiques

- Diagnostic initial du niveau de maîtrise de l'expression écrite en langue française (syntaxe, lexique, orthographe, style et ponctuation)
- Apprentissage personnalisé jusqu'à la maîtrise du niveau attendu en fin d'AA d'une part, par la participation aux séances de travail en groupe et à des activités en ligne ; d'autre part, par la participation préventive ou curative au Service d'aide à la réussite (SAR)
- Pratiques individuelles et collectives, en ce compris sous forme de Twictées©
- Approche inductive, analytique, réflexive et pragmatique : établissement d'un portfolio personnalisé de documents authentiques et d'analyses de productions personnelles

SUPPORTS DE COURS

Support	Obligatoire	En ligne
Stratégie de communication : analyse du discours argumentatif	Oui	Oui
Stratégie de communication : le français appliqué aux relations publiques	Oui	Oui

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Type d'évaluation :

En Stratégie de communication : le français appliqué aux relations publiques :

Janvier : test diagnostic, évaluation continue (25%), examen écrit (75%).

100% remédiables en juin et en septembre :

-en juin : portfolio personnalisé (25%), examen écrit en ligne (75%)

-en septembre : portfolio personnalisé (25%), examen écrit (75%)

En Stratégie de communication : analyse du discours argumentatif

Janvier : évaluation continue (25%), examen écrit (75%).

100% remédiables en juin et en septembre

-en juin : portfolio personnalisé (25%), examen écrit en ligne (75%)

-en septembre : portfolio personnalisé (25%), examen écrit (75%)

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 :

- Stratégie de communication : analyse du discours argumentatif : 40%
- Stratégie de communication : le français appliqué aux relations publiques : 60 %

SOURCES DOCUMENTAIRES

Utilisées par l'enseignant et proposés en appui au travail personnel de l'étudiant

Documents authentiques et bibliographie sélective distribuée en classe et/ou déposés sur eCampus
Presse généraliste et spécialisée disponible à la bibliothèque : *La Libre Belgique, Le Soir, Média Marketing, Management...*

En Stratégie de communication : analyse du discours argumentatif

AMOSSY, Ruth. *L'argumentation dans le discours*. Paris, Armand Colin, 2016
BOUQUIAUX, Laurence. LECLERCQ, Bruno. *Logique et théorie de l'argumentation, 3^e édition*. Bruxelles, De Boeck, 2017
DE CASTERA, Bernard. *La rhétorique au Lycée*. Ellipses, 2011
DOURY, Marianne. *Argumentation - Analyser textes et discours*. Paris, Armand Colin, 2016
MEYER, Bernard. *Maîtriser l'argumentation*. Paris, Armand Colin, 2011
REBOUL, Olivier. *Introduction à la rhétorique. Théorie et pratique*, Paris, PUF, 2011
ROBRIEUX, Jean-Jacques. *Rhétorique et argumentation*. Paris, Armand Colin, 2015
SCHEEPERS, Caroline. *L'argumentation écrite*. Bruxelles, De Boeck Dukulot, 2013
WAGNER, Pierre. *La logique*. Paris, PUF, 2011

En Stratégie de communication : le français des relations publiques

DAMAR, Marie-Eve. *Communication écrite*, Bruxelles, De Boeck, 2014
DELEGATION GENERALE A LA LANGUE FRANCAISE ET AUX LANGUES DE FRANCE.
Vocabulaire des techniques de l'information et de la communication (TIC) 2017 [en ligne]. Ministère de la Culture [français]. Mis en ligne en 2017, consulté le 24 mars 2019. Disponible sur le web : <
<http://www.culture.gouv.fr/Thematiques/Langue-francaise-et-langues-de-France/Politiques-de-la-langue/Enrichissement-de-la-langue-francaise/FranceTerme/Vocabulaire-des-TIC-2017>>
FAIRON, Cédric. *Le petit bon usage de la langue française : grammaire*. Louvain-la-Neuve, De Boeck Supérieur, 2014
GARNIER, Sylvie. *Rédiger un texte académique en français : règles grammaticales, règles d'usage, exercices d'entraînement, corrigés : niveau B2 à C2*. Paris, Ophrys, 2018
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^e éd.* Paris, Dunod, 2016
PINSON, Achille. *200% DELF B2*. Paris, Ellipses, 2018
ROBERT, Paul. *Le Petit Robert 2019 : dictionnaire alphabétique et analogique de la langue*. Paris, Robert, 2018