

**Master en Communication Organisationnelle
(M2 COM)**

Titre du Cours :	Relation presse et média
<i>Course Title:</i>	
Heures :	20
<i>Lecture hours:</i>	
ECTS Credits:	3

➤ **CONTENU ET OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES DU COURS**
DESCRIPTION AND LEARNING OBJECTIVES OF THE COURSE

Définir et comprendre le discours de communication d'entreprise comme préfiguration du discours médiatique.

Acquérir et mettre en œuvre les savoirs, les techniques de la communication presse en tant que pratique professionnelle.

Penser la communication presse comme discours dans l'espace public et ses implications.

➤ **LISTE DES SUJETS OU RESUME DES SEANCES**
TOPICS OF EACH SESSION OR SUMMARY OF THE COURSE

Problématique de la relation presse les deux discours

I/ La communication d'entreprise :

la construction de l'image globale

le plan de communication

le guide de communication

l'utilisation de l'image

II/ Le milieu professionnel des médias

III/ La relation presse

les outils (dossier de presse, communiqué de presse)

les moments de relation presse (l'interview, la conférence de presse)

la mesure de l'efficacité des relations presse

IV/ La communication de crise

l'externalisation des relations presse

➤ **METHODES D'EVALUATION (CONTROLE CONTINU)**
EVALUATION AND GRADING

Contrôle continu

➤ **REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES**
BIBLIOGRAPHY

Jean Noël Nouteau, Les relations presse, Coll Demos, Communication Demos, 2002

Daniel Ichbiah & Richard Sharpe, Comment gagner l'attention et l'affection des médias, Village Mondial, 2004

Philippe Bellissent, l'efficacité dans les relations presse, Thèse de doctorat, Nice, 2005

Jacques Le Bohec, Les mythes professionnels des journalistes, L'Harmattan, 2000

Thierry Libaert, La communication de crise, Les topos, Dunod, 2001