

Master en Communication Organisationnelle (M2 COM)

Titre du Cours :	Communication et Marketing RH (GMCOM35)
Course Title:	
Heures :	20h
Lecture hours:	
ECTS Credits:	3

➤ **PRE-REQUIS / PRE-REQUISITE**

Connaissances fondamentales en marketing, communication et gestion des ressources humaines.

➤ **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES DU COURS / LEARNING OBJECTIVES**

- Prendre conscience de l'importance actuelle de la communication et du marketing des RH
- Présenter et expliquer les fondements de la marque employeur
- Connaître le principe des principales pratiques et actions de la communication et du marketing des RH

➤ **CONTENU DU COURS / DESCRIPTION OF THE COURSE**

Le salarié est considéré aujourd'hui comme un client à séduire, accueillir et fidéliser ! Ce cours s'articule autour du concept de marque employeur, en appliquant les règles de la communication et du marketing au domaine des ressources humaines.

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

1. Développer une marque employeur attractive
2. Bâtir un plan marketing RH
3. Diversifier le recrutement
4. Evaluer et développer en permanence le capital humain
5. Motiver et fidéliser les collaborateurs

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

Évaluation en contrôle continu : contrôle final (étude de cas individuelle), rédaction d'un article et présentation orale (en groupe).

- Contrôle final (étude de cas individuelle) : 50 %
- Article rédigé : 30 %
- Présentation orale : 20 %

➤ **REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES / BIBLIOGRAPHY**

BOUMRAR C. et GILSON O. (2004), *Le management des hauts potentiels : identifier, recruter, intégrer, développer, fidéliser*, Paris, Dunod.

CHAMINADE B. (2010), *Attirer et fidéliser les bonnes compétences : créer votre marque d'employeur*, Paris, AFNOR.

DEJOUX C. et THEVENET M. (2010), *La gestion des talents : la GRH d'après-crise*, Paris, Dunod.

LIGER P. (2007), *Le marketing des ressources humaines : attirer, intégrer et fidéliser les salariés*, Paris, Dunod.

MIRALLES P. (2007), *Le management des talents*, Paris, L'Harmattan.

PANCZUK S. et POINT S. (2008), *Enjeux et outils du marketing RH : promouvoir et vendre les ressources humaines*, Paris, Editions d'Organisation.

ULRICH D. and LAWLER E. (2008), *Talent: making people your competitive advantage*, Jossey-Bass.
YOUNGER J., SMALLWOOD N. and ULRICH D. (2007), « Developing your organization's brand as a talent developer », *Human Resource Planning*, n° 30.2, pp. 21-29.