

M2COM

Titre du Cours : **STRATEGIE DE COMMUNICATION**
Course Title: **GMCOM14**

Heures : **20**
Contact hours:

ECTS Credits : **3**

➤ **PRÉREQUIS / PRE-REQUISITES**

Connaissances globales sur les différents champs de la communication. Capacité de synthèse.

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

Le cours a pour objectif de développer l'autonomie de l'étudiant dans l'écriture et le déploiement de tout type de stratégie de communication. La finalité est de faire de l'étudiant un stratège.

➤ **RESUME DU COURS / COURSE OVERVIEW**

➤

La communication des organisations couvre un spectre thématique très large. L'objectif du cours est donc de se focaliser sur les techniques et les bonnes pratiques dans la conception et la mise en action d'une stratégie de communication, peu importe le secteur d'activité ou les caractéristiques de l'organisation. Les mots-clés sont STRUCTURATION ET ACTIONNABILITE.

➤ **PLAN DE COURS /LISTE DES SUJETS ABORDES / TOPICS OF EACH SESSION**

Les paradigmes stratégiques de la communication : accessibilité / acceptabilité

Le management stratégique : de l'audit au déploiement.

De la commande au livrable : comment le stratège doit-il définir une ligne stratégique conforme et créative ?

La stratégie à l'épreuve du réel : trois exercices pour mesurer ses capacités réactives et créatives : communication de crise, refondation de la marque, discours de rupture.

➤ **ÉVALUATION (CONTRÔLE CONTINU) / GRADING (CONTINUOUS ASSESSMENT)**

- Présence et participation : **20 %**
- Travaux pratiques **30 %**
- Épreuve écrite / *Written test* : **50 %**

➤ **RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES / REFERENCE MATERIALS**

Toute la fonction communication – DUNOD – ISBN 978-2-10-054391-5

Le plan de communication – DUNOD – ISBN 978-2-10-051946-0