



Haute École Libre de Bruxelles – Ilya Prigogine
DESCRIPTION DES UNITÉS D'ENSEIGNEMENT

COMMUNICATION EN ENTREPRISE

CODE : UE4-1

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 : <input type="checkbox"/> 1 <input checked="" type="checkbox"/> 2 Bloc d'études : 2 Situation dans la formation : quadrimestre 4 Niveau du cadre européen des certifications : <input type="checkbox"/> Niveau 6 <input type="checkbox"/> Niveau 7	Unité d'enseignement pré-requise : Néant Unité d'enseignement co-requise : Néant Volume horaire : 56h Nombre crédits ECTS (= pondération de l'U.E.) : 5 Obligatoire Langue d'enseignement : français Langue d'évaluation : français
<u>Responsable de l'UE</u> : Madame Corinne BRICMAAN	<u>Titulaires des activités d'apprentissage</u> : Madame Corinne BRICMAAN (<i>Atelier de communication écrite III : relations internes</i>) Monsieur Marc-Henri DEBRUYNE (<i>Communication interne d'entreprise</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, dans un environnement multilingue. C3 : Mobiliser les savoirs et savoir-faire propres aux relations publiques 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>Capacités</u> :	

C1 :

- Travailler, tant en autonomie qu'en équipe, dans le respect de la culture de l'entreprise
- 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 :

- 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 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
- Identifier les réseaux d'information relatifs aux activités de l'organisation et élaborer une fonction de « veille de l'actualité »
- 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 »
- Identifier les carences de communication de l'entreprise, proposer les moyens d'y remédier et impulser les améliorations
- Évaluer l'impact de toute action de communication
- Élaborer un projet économique et social
- Interpréter et exploiter les résultats d'enquêtes et de sondages.

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

Communication interne d'entreprise :

Au terme de l'activité d'apprentissage, l'étudiant sera capable :

- de percevoir le climat social d'une organisation
- de poser le bon diagnostic en cas de problème
- de mettre en place les bonnes mesures (outils-procédures-flux) en fonction des attentes et compétences du management et du personnel...
- de traduire l'esprit, l'âme, le caractère de la « personne morale » qu'est l'entreprise, de lui donner vie en prenant garde de ne pas la dénaturer.

Atelier de communication écrite III : relations internes :

Au terme de l'activité d'apprentissage, l'étudiant sera capable :

- d'identifier et analyser les spécificités et les enjeux de diverses productions de communication interne, à commencer par la ligne éditoriale
- de maîtriser une palette de techniques et de stratégies rédactionnelles adaptées à des contenus, des publics et des visées spécifiques ; en particulier, celles de la rédaction numérique
- de les mobiliser de manière créative et pertinente pour éviter la surinformation et construire un média-mix efficace

CONTENU SYNTHÉTIQUE

Communication interne d'entreprise :

1. Les bases de RP (flux, règles, acteurs etc)
2. Stratégie de communications internes
 - L'audit interne
 - La plate-forme de communication interne
 - o L'attribution des responsabilités
 - o La conception des messages
 - o Le choix des instruments
3. L'écrit, pivot de la communication interne
 - L'information courante
 - o Les documents de travail
 - o Les instruments de dialogue
 - La presse d'entreprise
 - o Le journal interne
 - o Les supports parallèles
 - Le projet d'entreprise
 - Les gestes d'information
4. Oral et audiovisuel: supports de communication interne
 - L'oral
 - o Le téléphone
 - o La réunion
 - o Les rencontres
 - Les nouveaux médias
 - L'audiovisuel
 - La visioconférence
5. L'intranet et l'extranet

Atelier de communication écrite III : relations internes :

Conception d'un projet de communication interne à la Haute Ecole

- Les outils de la communication interne administrative, en particulier le PV de réunion
- Les supports de communication interne fréquentés : développement de productions créatives,

individuelles et/ou collectives, internes à la HELB (journal/vidéo d'entreprise, webzine, lettre d'information, exposition, événement de dissémination...)

MÉTHODES D'APPRENTISSAGE

Communication interne d'entreprise :

Cours magistral illustré d'analyses de cas concrets issus de l'actualité, débats d'idées, mise au point de stratégies issues de besoins du terrain, rencontres de professionnels, etc.

Atelier de communication écrite III : relations internes

- 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 individuelle et collective, étroitement liés à la communication interne de la Haute Ecole, en particulier du Département
- Intervention d'un professionnel du secteur

Selon l'évolution de la crise sanitaire, les cours pourront être donnés en présentiel et/ou à distance, ce qui implique une éventuelle modification des méthodes mentionnées ci-dessus.

SUPPORTS DE COURS

	Obligatoire	En ligne
Atelier de communication écrite III : relations internes	Oui	Oui
Communication interne d'entreprise	Oui	Oui

MODALITÉS D'ÉVALUATION

En fonction de l'évolution de la crise sanitaire, les examens pourraient se dérouler à distance. Si estimé opportun, les examens pourraient aussi être remplacés par des travaux à rendre selon ce qui sera communiqué par l'enseignant..

Tout cas de non-respect des consignes et/ou de pratique illégitime sera sanctionné suivant les modalités prévues dans le règlement des études(RDE), le cas échéant, et/ou suivant les modalités spécifiées dans les consignes de chaque épreuve.

Type d'évaluation :

Atelier de communication écrite III : relations internes :

Juin : évaluation continue 100%, partiellement remédiable en septembre

Septembre : note de la session de juin 50% ; portfolio personnalisé et examen écrit 50%.

En Communication interne d'entreprise :

Juin : examen écrit 100%, remédiable en septembre (examen écrit 100 %).

Calcul de la note de l'UE

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 :

- **Atelier de communication textuelle III : relations internes** : 60 %

- **Communication interne d'entreprise** : 40%

Dans l'hypothèse d'une inscription tardive ou d'une réorientation après la date d'échéance d'un premier travail / de travaux, ou après qu'un ou plusieurs tests ai(en)t déjà été organisé(s), le nouvel étudiant prendra contact avec l'enseignant afin de voir les modalités qui s'appliqueront à sa situation.

SOURCES DOCUMENTAIRES

Atelier de communication écrite III : relations internes :

Documents authentiques, supports de séances et apparats théoriques en ligne.

COFFINEAU, Aurélie. COFFINEAU, Virginie. MARTEAU Matte. *Les clés d'un scénario réussi : Cinéma, TV, pub, docu, corporate*. Paris, Eyrolles, 2015

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

LAMARRE, Guillaume. *L'art du storytelling : manuel de communication*. Paris, Pyramyd, 2018

LELLI (Annick), *Les écrits professionnels. La méthode des 7 C – Soyez correct, clair, concis, courtois, convivial, convaincant, compétent*, 2^e édition, Paris, Dunod, 2008

LEWI, Georges. *La fabrique de l'ennemi : comment réussir son storytelling*. Paris, Vuibert, 2014

LEYS (Michel), *Ecrire pour être lu. Comment rédiger des textes administratifs faciles à comprendre?*, Bruxelles, Ministère de la Communauté française de Belgique, Service de la langue française – Ministère fédéral de la Fonction publique, Service d'information, 2009

LONGHI, Julier et WEBER, Jonathan. *La communication numérique : du code à l'information*. Paris, L'Harmattan, 2018

OLIVIERI, Nicolas. *La création de contenus au cœur de la stratégie de communication : storytelling, brand content, inbound marketing*. Paris, L'Harmattan, 2017

PAYEN Ph., *B.A.-BA de communication*, Levallois-Pérex, Studyrama – Vocatis, 2012

WAUTERS Fr., *Marketer son écriture. Rédiger vite et bien pour toucher son public*, Bruxelles, De Boeck Duculot, 2013

Communication Interne d'entreprise

DETRIE (Ph), *La communication interne au service du management*, Rueil-Mamaison, Liaisons, 2001.

GERARD (Philippe), JEZEQUEL (Bernadette), *La boîte à outils du responsable communication*, Paris, Dunod, 2008.

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

RENCKER (Edouard), *Le nouveau visage de la com'interne : réflexions, méthodes et guide pour l'action*, Paris, Eyrolles, 2008.

PERRUCHOT GARCIA (Valérie), *Dynamiser sa communication interne*, Paris, Dunod, 2012.