

5.00 crédits	30.0 h	Q1
--------------	--------	----

Enseignants	Jacobs Thomas ;
Langue d'enseignement	Anglais
Lieu du cours	Bruxelles Saint-Louis
Préalables	<i>Le(s) prérequis de cette Unité d'enseignement (UE) sont précisés à la fin de cette fiche, en regard des programmes/formations qui proposent cette UE.</i>
Acquis d'apprentissage	<p>A la fin de cette unité d'enseignement, l'étudiant est capable de :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Les étudiant(e)s seront en mesure de définir et de comprendre les différences et les similitudes entre la communication corporative les relations publiques, le marketing, et la propagande d'entreprise. • Les étudiant(e)s seront capables d'aborder la communication d'entreprise, la communication organisationnelle et les relations publiques d'un point de vue théorique, conceptuel, et critique. • Les étudiant(e)s acquerront l'expérience de la pratique et de la réalité de la communication d'entreprise, de la communication organisationnelle et des relations publiques, et seront capables de mettre en œuvre ces pratiques. Ils/elles seront capables de formuler, sur l'expérience ainsi acquise, une réflexion basée sur des connaissances scientifiques. • Les étudiant(e)s seront en mesure d'utiliser, de déployer, d'interpréter, d'évaluer et de (dé)construire de manière critique les stratégies employées pour la communication organisationnelle et les relations publiques (communication avec les parties prenantes, identité de l'entreprise, image de marque, réputation, stratégie de communication, gestion des problèmes et des crises, lobbying, ...). • Les étudiant(e)s seront en mesure de réfléchir de manière critique aux questions liées à la responsabilité sociale des entreprises et à l'utilisation professionnelle des stratégies de communication dans les sociétés démocratiques.

<p>Bibliographie</p>	<p>Les étudiant(e)s disposeront d'une sélection de textes et de ressources audiovisuelles. Leur lecture sera partiellement obligatoire, partiellement optionnelle. La bibliographie suivante n'est pas exhaustive, mais elle est indicative des sujets que nous discuterons en classe.</p> <p>Students will be provided with a selection of texts and audiovisual resources. Their reading will be partly compulsory, partly optional. The following bibliography is not exhaustive, but is indicative of the topics we will be discussing in class.</p> <p>Alvesson, M., & Kärreman, D. (2000). Varieties of discourse: on the study of organizations through discourse analysis. <i>Human Relations</i>, 53(9), 1125-1149.</p> <p>Alvesson, M., & Willmott, H. (2002). Identity regulation as organizational control: Producing the appropriate individual. <i>Journal of Management Studies</i>, 39(5), 619-644. doi:10.1111/1467-6486.00305</p> <p>Breeze, R. (2013). <i>Corporate discourse</i>. London: Bloomsbury Publishing.</p> <p>Butterick, K. (2011). <i>Introducing public relations: theory and practice</i>. London: Sage.</p> <p>Cornelissen, J. (2014). <i>Corporate communication: a guide to theory and practice</i>. London: Sage Publications.</p> <p>L'Etang, J., McKie, D., Snow, N., & Xifra, J. (Eds.). (2017). <i>The Routledge handbook of critical public relations</i>. London / New York: Routledge.</p> <p>L'Etang, J. (2011). <i>Public Relations: concepts, practice and critique</i>. London: Sage Publications.</p> <p>Mumby, D. K. (2013). <i>Organizational communication: a critical approach</i>. London: Sage Publications.</p> <p>Miller, D., & Dinan, W. (2008). <i>A century of spin: how public relations became the cutting edge of corporate power</i>. London: Pluto Press.</p> <p>Les lectures recommandées et les ressources audiovisuelles seront fournies via le forum en ligne Moodle.</p>
<p>Faculté ou entité en charge:</p>	<p>ESPB</p>

Programmes / formations proposant cette unité d'enseignement (UE)

Intitulé du programme	