

Communication interne, externe et de crise

Infos pratiques

- > ECTS : 3.0
- > Nombre d'heures : 24.0
- > Période de l'année : Enseignement huitième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Cours magistral
- > Ouvert aux étudiants en échange : Oui
- > Composante : Philo, Info-Comm, Langages, Littératures & Arts du spectacle
- > Code ELP : 4L8IR04P

Présentation

Ce cours vise à présenter les dynamiques de communication en entreprise en distinguant communication externe, interne et de crise. Il approfondira également les transformations de la communication dans les entreprises en rapport avec les TIC : formes d'organisation, communication, intranet, portails d'entreprise, mythes et réalités du développement des réseaux sociaux numériques dans les entreprises. Enfin, il étudiera le passage du paradigme de l'accès à celui de la connaissance, gestion des connaissances (KM) et intelligences collectives, innovation collaborative...

Objectifs

Ce cours vise à l'approfondissement des approches théoriques de la communication d'entreprise. Il vise également à la compréhension des changements apportés par les dispositifs d'information et de communication dans les entreprises

Évaluation

M3C en session unique

- Régime standard intégral – avec évaluation continue (au moins 2 notes)
- Participation (20%)
- Devoir sur table (80%)

Pré-requis nécessaires

- Notions des stratégies marketing
- Notions des théories de la communication

Compétences visées

- Connaître les principales approches théoriques de la communication d'entreprise.
- Savoir distinguer les enjeux de la communication interne, externe et de crise.
- Identifier et gérer les changements apportés par les dispositifs d'information et de communication dans les entreprises.
- Identifier et gérer des situations professionnelles complexes qui nécessitent une analyse des dynamiques de communication d'entreprise

Bibliographie

- Westphalen, M. H., & Libaert, T. (2009). *Communicator-5e édition: Le guide de la communication d'entreprise*. Dunod.
- Lendrevie, J., & Lévy, J. (2012). *Mercator-10e éd.: 2013- Théories et nouvelles pratiques du marketing*. Dunod.
- Libaert T., *La communication de crise*, Dunod, 2018.

Une liste des lectures sera donnée pendant le cours sur la base des échanges avec les étudiants.

Ressources pédagogiques

Une liste de ressources sera donnée pendant le cours sur la base des échanges avec les étudiants.

Contact(s)

> **Celine Morin**

Responsable pédagogique
cmorin@parisnanterre.fr

> **Marta Severo**

Responsable Formation initiale
msevero@parisnanterre.fr