



Plan de communication

Descriptif

Mise en application du cours théorique de l'année précédente. Les étudiants et étudiantes sont répartis en groupes et doivent s'organiser comme une agence de communication pour répondre à une problématique de communication soumise par une organisation publique. La stratégie de communication et sa planification seront présentés au "client" à l'occasion d'une restitution face à un jury.

En bref

Nombre d'heures : 12.0

Temporalité : Semestriel

Type d'enseignement : Séminaire

Année : 5 | Cinquième année

Mode de validation : Contrôle continu

Contacts

Responsable(s)

Rigaud Didier
didier.rigaud@scpobx.fr



Bibliographie indicative

- * Libaert T., *Le plan de communication. Définir et organiser votre stratégie de communication*, Dunod, 2017.
- * Dagenais B., *Le plan de communication. L'art de séduire ou de convaincre les autres*, Presses Université Laval, 2000.
- * Adary A., Volatier B. et Mas C., *Évaluez vos actions de communication. Mesurez pour gagner en efficacité*, Dunod, 2012.

Formule pédagogique

Mise en application, séance de brief avec le "client", cours de suivi des travaux en groupes, restitution devant un jury.

