

Communication des organisations



Niveau d'étude
Bac +1



ECTS
3 crédits



Crédits ECTS
Echange
4.0



Composante
UFR Langage,
lettres et arts
du spectacle,
information et
communication

- > **Langue(s) d'enseignement:** Français
- > **Forme d'enseignement :** Cours magistral
- > **Ouvert aux étudiants en échange:** Oui
- > **Catégorie d'enseignement pour les étudiants en échange:** Cours préférentiel
- > **Crédits ECTS Echange:** 4.0

Présentation

Description

Ce cours propose un panorama du champ de la communication des organisations et de son histoire, depuis les travaux critiques dans ce domaine jusqu'aux pratiques professionnelles. Nous nous attacherons particulièrement aux mutations récentes des sociétés et des organisations, à l'importance croissante de la communication et aux nouvelles stratégies mises en œuvre par les différent-e-s professionnel-le-s du domaine, y compris numériques.

Objectifs

Objectifs

- comprendre qu'est-ce qu'une « organisation », ses principes et catégories
- étudier l'évolution de la communication au sein des organisations en contexte capitaliste à partir d'une approche critique
- prendre contact avec les principales stratégies de communication hors ligne et en ligne
- découvrir les métiers de la communication

Contrôle des connaissances

contrôle final

Période : Semestre 1

Compétences visées

L'étudiant-e doit être capable de :

- répertorier les différents domaines de la communication des organisations : enjeux, acteurs, stratégies principales ;
 - identifier des supports et des stratégies de communication en identifiant les objectifs et les stratégies des organisations ;
 - approfondir la construction du projet professionnel, découvrir des métiers dans le domaine de la communication.
-

Bibliographie

Baudrillard Jean. *Le système des objets*, 1968.

Bauman Zygmunt, *La vie liquide*, Fayard/Pluriel, 2013.

Berthelot-Guiet Karine et al., *La fin de la publicité Tours et contours de la dépublicitarisation*, Paris, Bord de l'eau, 2014.

D'Almeida Nicole, *Les promesses de la communication*, Paris, Presses Universitaires de France, coll. Sciences, modernités, philosophies, 2001.

De Oliveira Jean-Philippe, *Organisations & communication - Les enjeux de la com' en contexte néolibéral*, Edition Campus Ouvert, 2020.

Heilbrunn Benoît, *La consommation et ses sociologies*, Armand Colin, 2011.

Heilbrunn Benoît, *La marque*, Presses Universitaires de France, 2017.

Klein Naomi, *No Logo : la tyrannie des marques*, Actes Sud, 2001.

Libaert Thierry, *Le plan de communication, Définir et organiser votre stratégie de communication*, Dunod 2003.

Morel Philippe, *La communication d'entreprise*, Vuibert, 2009.

Infos pratiques

Lieu(x) ville

› Grenoble

Campus

› Grenoble - Domaine universitaire