

# Stratégies et pratiques de communication des institutions culturelles



Niveau d'étude  
Bac +5



ECTS  
3 crédits



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:** Non

## Présentation

### Description

Ce cours vise à former les étudiants à la conception et à la réalisation d'une stratégie de communication appliquée au secteur de la communication culturelle.

Il s'agit également de leur transmettre les principaux enjeux socio-économiques et socioculturels impactant ce secteur à partir des acquis de la recherche.

Ce cours leur apprend à poser un diagnostic sur une situation à travers l'analyse de l'organisation, de son offre de produits ou services, de son environnement, de sa communication et de sa connaissance des publics.

À partir d'un parcours sociohistorique, ce cours décrit les principales attentes des publics de la communication. Une lecture sociologique de l'évolution de la communication permet aux étudiants de comprendre les publics et leurs attentes ainsi que l'évolution du métier de communicant dans le domaine de la diffusion de la culture.

L'objectif de ce cours n'est pas d'apprendre à construire un plan d'action de communication, mais de penser la stratégie.

### Objectifs

## Objectifs

Connaissances sur la stratégie en communication

Connaissance des enjeux de la communication professionnelle en secteur culturel

Connaissances sociohistoriques des attentes des publics en communication

Connaissances de l'environnement culturel, dont des enjeux de concurrence directe et indirecte

Compréhension des enjeux du diagnostic en communication culturelle, dont un audit des supports existants

Compréhension de ce que signifie une problématique

Connaissance de la sémiotique et de ses outils pour analyser les supports, dont les supports multimodaux

---

## Heures d'enseignement

Stratégies et pratiques de communication des institutions  
culturelles - CMTD

Cours magistral - Travaux dirigés

20h

---

## Pré-requis recommandés

**Acquis du cours du semestre 7 : Communication des acteurs culturels**

---

## Contrôle des connaissances

Dossier collectif : analyse stratégique et préconisations pour une structure culturelle choisie par le groupe

**Période :** Semestre 9

---

## Compétences visées

- Savoir penser une stratégie
- Savoir construire une stratégie en communication
- Connaître les enjeux de la communication professionnelle en secteur culturel
- Comprendre les attentes de publics en communication
- Savoir analyser un environnement, dont des enjeux de concurrence directe et indirecte
- Savoir construire un diagnostic en communication, dont un audit des supports existants
- Maîtriser les outils de la sémiotique pour analyser les supports
- Savoir rédiger une problématique et les bases d'un plan de communication à partir des préconisations

---

## Bibliographie

COURVOISIER François H, et COURVOISIER Fabienne A. « Communication et marketing d'institutions culturelles en suisse francophone », *Management & Avenir*, vol. 5, no. 3, 2005, pp. 133-150.

GIUILY E., 2013, *La communication institutionnelle. Privé/public : le manuel des stratégies* Broché, Paris, PUF.

LÉPINE, V., MARTIN-JUCHAT, F., MILLET-FOURRIER, C. 2014, (dir.), *Les acteurs de la communication des entreprises et des organisations : pratiques et perspectives*, PUG dans la collection « La communication en question ».

MARTEAUX S., MENCARELLI, R., PULH, M., « Quand les institutions culturelles s'ouvrent au marketing sensoriel... et s'en défendent : enjeux et paradoxes », *Management & Avenir*, 2009/2 (n° 22), p. 92-108. DOI : 10.3917/mav.022.0092. URL : <https://www.cairn.info/revue-management-et-avenir-2009-2-page-92.htm>

MARTIN-JUCHAT, F., STAÏ, A., 2016, *Industrialisation des émotions et radicalisation de la modernité*, Paris, L'Harmattan, collection « Communication et civilisation ».

MARTIN-JUCHAT, F., 2020, *L'aventure du corps. La communication corporelle, une voie vers l'émancipation*, Grenoble, PUG.

## Infos pratiques

---

### Lieu(x) ville

> Grenoble

---

### Campus

> Grenoble - Domaine universitaire