Théorie de la communication
1V204

Responsable UE
Nathalie Fucks

Président de jury
Roland Decaudin

Secrétaire de jury
Martine Liakhov

Contact
service.etudiants@saint-luc.be
+32 4 341 81 33

Bloc 1 • Cycle 1 • Niveau 6 du CFC
UE donnée en Français • Obligatoire • Premier quadrimestre
2 crédits • 40 points • 30 heures

Activité.s d'apprentissage

V1021 - Communication théorie de la communication
2 crédits • 40 points • 30 heures • Fucks Nathalie

Acquis d'apprentissage

Au terme du cours de **communication**, par écrit, l'étudiant est capable de :
• Démontrer son acquisition d'un vocabulaire spécifique et des concepts fondamentaux vus au cours (C3-C5)
• Analyser le processus de communication et des facteurs d'influence sur base d'un exemple de communication (C2)
• Identifier la forme et l'objectif de différentes communications (C1)

Calcul de la note de l'unité d'enseignement

Cette unité d'enseignement étant composée d'une seule activité, la note finale correspond au résultat obtenu pour le cours.

Compétences

Cette unité contribue à notre profil d'enseignement en participant au développement des compétences suivantes:
C1 C2 C3 C5 de notre référentiel interne.

- Communication théorie de la communication

Fucks Nathalie

Objectifs

Ce cours vise l'acquisition d'un **vocabulaire spécialisé**, la compréhension du contexte dans lequel se construit une action de communication et la corrélation avec certains modèles théoriques.
L'étudiant sera également capable d'identifier et de comprendre les différentes formes de communication auxquelles il sera confronté dans sa pratique professionnelle.

Les acquis d'apprentissage visés:
Au terme du cours de Communication, l'étudiant est capable de :
Démontrer son acquisition d'un vocabulaire spécifique et des concepts fondamentaux vu au cours D'analyser le processus de communication et des facteurs d'influence sur base d'un exemple de communication D'identifier la forme et l'objectif de différentes communications

Contenu

Introduction
1. Les différents modèles du processus de communication et les facteurs d'infleunces
2. Les Différents formes de communication et leurs implications
3. Focus sur l'affiche
4. Focus sur le logo
5. Les médias

Méthode d'enseignement et d'apprentissage

Le cours est à craactère magistral. Il sollicite constamment la réflexion de l'étudiant et son esprit critique.
Il favorise également la participation active de l'étudiant via la méthode inductive.
Ainsi, sur base d'analyses collégiale de campagnes de communication, celui-ci se construit son propre savoir.

Bibliographie

- Ducrey V. « Le guide de l'influence. Communication, Média, Internet, Opinion », Eyrolles, 2010
- Fons Van Dick. « La publicité: Morte ou vivante »,Edition Racine, 2013
- Joanenes A. " Communiquer par l'image : valoriser sa communication par la dimension visuelle", Dunod, 2008
- Moch, Olivier. *Communication*, « La communication interpersonnelle, retour sur les basiques Palo Alto », [en ligne],le 24 octobre 2012, [consulté le 10 septembre 2014]. Disponible sur:http://olivier-moch.over-blog.net/article-la-communication-interpersonnelle-retour-sur-les-basiques-de-palo-alto-111040934.html
- Picard, Dominique . « De la Communication à l'interaction: l'évolution des modèles ». In Communication et langages. 1992, numéro 93, pp.69-83
- Tantet, Marie. « La stratégie publicitaire de Beneton ». Communication et Langage. 1992, numéro 94, p.34

- Semprini A. « Analyser la communication », L'Harmattan, 2000
- Winkin Y. « Anthropologie de la communication », Edition Points, 2001

Mode d'évaluation pratiqué

Evaluation à distance via Teams.
Elle se compose de:
vrai/Faux
QCM
Questions ouvertes
Questions de réflexion, d'analyses, similaires à celles proposées en séances.

L'examen a lieu en janvier.
Le contenu se compose des slides diffusés lors des séances de cours mais aussi des notes de cours de l'étudiant.

Support de cours

Support de cours : vous pouvez vérifier si un support de cours est requis pour ce cours sur MyIntranet > mes études > mes cours