

FICHE DU COURS
Communication des organisations. Communication digitale.

2019-2020

1. Informations sur le programme

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea din Bucuresti
1.2 Facultatea / Departamentul	Faculté de Journalisme et des Sciences de la Communication
1.3 Catedra	Anthropologie culturelle et Communication
1.4 Domeniul de studii	Sciences de la Communication
1.5 Ciclul de studii	Master
1.6 Programul de studii / Calificarea	Master Médias, Développement, Société

2. Données de discipline

2.1 Titre du cours		Communication des organisations. Communication digitale					
2.2 Charge du cours		Lector Dr. Camelia Cusnir					
2.3 Charge du seminaire		Lector Dr. Camelia Cusnir					
2.4 Annee d'étude	I	2.5 Semestrel	I	2.6 Evaluation	E	2.7 La condition de la discipline	Obligatoire

3. La durée totale estimée (heures par semestre d'enseignement)

3.1 Nombre d'heures par semaine	3	dont: 3.2 cours	2	3.3 seminaire/ laboratoire	1
3.4 Nombre total d'heures de programme d'enseignements	42	dont: 3.5 cours	28	3.6 seminaire/ laboratoire	14
Distribution du fonds du temps:					Ore
Étude après manuel, support de cours, bibliographie et notes					40
Documentation supplémentaires dans des bibliothèques, les plates-formes électroniques spécialisés / terrain					40
Séminaires de formation / laboratoires, devoirs, des essais, et des portefeuilles					10
Tutorial					8
Examens					10
Autres activites.....					
3.7 Nombre total d'heures d'étude individuelle	108				

3.8 Nombre total d'heures par semestre	150
3.9 Nombre de crédits	6

4.Preconditions (ou est le cas)

4.1 le programme	• -
4.2 les compétences	<ul style="list-style-type: none"> • Connaissance du français • Introduction aux relations publiques, Techniques de rédaction, Introduction à la communication en ligne

5.Conditions (ou est le cas)

5.1 concernant le cours	<ul style="list-style-type: none"> • Salle avec une capacité de 20 personnes (au moins) • Videoprojecteur, laptop, connexion Internet
5.2 concernant le seminaire/laboratoire	<ul style="list-style-type: none"> • Salle avec une capacité de 20 personnes (au moins) • Videoprojecteur, laptop, connexion Internet

6. Les compétences spécifiques acquises

Compétences professionnelles	<p>Connaissance et compréhension des enjeux de la communication numérique Familiarisation avec la rédaction en ligne Exercices :</p> <ul style="list-style-type: none"> - réaliser une analyse de communication en ligne - rédaction d'un projet de communication en ligne (réseaux sociaux/micro-site) 	<ul style="list-style-type: none"> • Analyse et compréhension de l'environnement en ligne • Capacité de rédaction en ligne de différentes communications d'une organisation (site web, réseaux sociaux) • Capacité d'intégration de différentes aspects de la communication en ligne d'une organisation dans une stratégie cohérente
Compétences transversales	<p>Instrumental : capacité d'analyse et de synthèse, communication orale et écrite en français Systémique : créativité, esprit d'observation</p>	

7. Objectifs du cours (basé sur les compétences spécifiques de la grille accumulés)

7.1 Objectif general du cours	Comprendre le fonctionnement des stratégies de communication digitale, les aspects techniques, sociétales et théoriques de la communication des organisations sur Internet et web et savoir les mettre en pratique
7.2 Objectif spécifiques du cours	<ul style="list-style-type: none"> • Offrir aux étudiants des outils pour qu'ils assument la gestion des échanges en ligne (internet, réseaux socio-numériques) des organisations avec leurs publics • Comprendre l'environnement numérique dans lequel la communication d'une organisation se construit de nos jours. • Familiariser les étudiants avec les aspects techniques, sociétaux et théoriques de la communication des entreprises et des organisations sur internet et sur le web social (sites, réseaux sociaux) • Exercer l'écriture en ligne en divers formats et divers types d'écriture en ligne afin de permettre aux professionnels de la communication d'intervenir en ligne dans le cadre des stratégies de communication de l'organisation

8. Contenus

8.1 Cours	Methodes d'enseignements	Observations
Présentation des objectifs du cours et des méthodes d'évaluation. L'Internet et la société. Contexte. Défis.	<ul style="list-style-type: none"> - Interactives, centrées sur l'étudiant - Présentations PowerPoint - Utilisation des ressources en ligne 	2h
La stratégie de communication en ligne. Conception. Étapes. (deux cours)		4h
L'écriture offline vs. L'écriture en ligne. Règles de base pour l'écriture en ligne en communication. (deux cours)		4h
Écrire pour un site web. (deux cours)		4h
La communication sur les réseaux sociaux. (trois cours)		6h
La croissance „organique” de l'engagement sur les réseaux sociaux.		2h
Optimisation du contenu pour les moteurs de recherche. Règles de base SEO.		2h
Les campagnes de communication avec des influenceurs		2h

Récapitulatif et préparation pour l'examen		2h
<p>Bibliograohie: Balaban, Delia, Iancu, Ioana, Meza Radu, 2009, <i>PR, publicitate si new media</i>, Tritonic, București Baher, Craig, Schaller, Bob, 2010, <i>Writing for the Internet, A Guide to Real Communication in Virtual Space</i>, Greenwood Publishing Group, Santa Barbara-Denver-Oxford Beciu, Camelia, 2011, <i>Sociologia comunicarii si a spatiului public</i>, Polirom, Iasi. Breakenridge, Deirdre, 2009, <i>PR 2.0. New media, New Tools, New Audiences</i>, FT Press, New Jersey, 2009 Coman, Cristina, 2009, <i>Relațiile publice, principii și strategii</i>, Editura Polirom, Iași Dorsaf, Omrane, 2010, Communication des entreprises: Logiques d'interactions à l'ère du web social. <i>Les Cahiers du numérique</i>, vol. 6,(4), 39-48. https://www.cairn.info/revue-les-cahiers-du-numerique-2010-4-page-39.htm. Drula, Gerogeta, 2014, <i>Media Interactiva. Aspecte de design si productie pentru web</i>, C.H. Beck, Bucuresti Flichy, Patrice, 2010, „La démocratie 2.0.” <i>Études</i>, 5 (Tome 412), 617-626. http://www.cairn.info/revue-etudes-2010-5-page-617.htm. Galibert, Ollivier, 2014, « Approche communicationnelle et organisationnelle des enjeux du Community Management », <i>Communication et organisation</i> [En ligne], 46 2014, mis en ligne le 01 décembre 2017, URL : http://journals.openedition.org/communicationorganisation/4814 ; DOI : 10.4000/communicationorganisation.4814 Garrand, Timothy, 2006, <i>Writing for Multimedia and Web</i>, Focal Press, 3rd edition, Burlington Maxim, Cornelia, 2012, <i>Comunicarea online. Provocari si oportunitati. Instrumente office pentru mediul de comunicare</i>, Comunicare.ro Pavlik, John V, 2008, <i>Media in the Digital Age</i>, Columbia University Presse, Columbia Rieffel, Rémy, 2014, <i>Révolution numérique, révolution culturelle?</i>, Gallimard, Paris Temple, Nigel, 2007, <i>Writing Copy for the Web in a Week</i>, Hodder & Stoughton</p>		
8.2 Seminaires / laboratoires	Methodes d'enseignements	Observations
L'écriture web interactive. Règles de base.	Interactives, centrées sur l'étudiant	2h
La complémentarité texte/image/son en ligne. Règles de base. Exemples.	Analyse des exemples Production d'exercices	2h
Analyse de sites et pages web.		2h
Conception d'un communiqué de presse en ligne. Règles de base. Exemples.		2h
L'algorithme Facebook. Explication. Exemples.		2h
Des outils en ligne pour créer du contenu sur les réseaux sociaux.		2h

Conception d'une campagne de publicité sur Facebook. Exemples.	2h
--	----

9. La connexion des représentants des communautés épistémiques, les associations professionnelles et les représentants des employeurs dans le domaine de ce programme

La création de capacités et habilités qui permettent aux étudiants d'accéder aux qualifications suivantes: spécialiste en communication, rédacteur web, community manager

10. Evaluation

Activite	10.1 Les critères d'évaluation.	10.2 Methodes d'évaluation	10.3 Pourcentage de la note finale
10.4 Cours	Compréhension et connaissance des questions étudiées.	Examen: présentation et réalisation d'un projet de communication en ligne (site, réseaux sociaux)	50%
10.5 Seminaire / laboratoire	La pensée critique, l'originalité, la qualité de l'argumentation	Presentation d'une analyse de communication en ligne d'une organisation	50%
10.6 Standard minimun de performance			
<ul style="list-style-type: none"> • La présentation orale d'une analyse liée à la thématique du cours • Compréhension et l'application correcte des concepts / méthodes d'analyse de base abordés dans le cours. 			

NOTA: Pentru examinările și reexaminările din anul universitar curent, în sesiunea de restanță se păstrează condițiile de bibliografie și examinare precizate de fișa disciplinei. Pentru reexaminările din anii următori, se aplică bibliografia și condițiile de examinare precizate în fișa disciplinei din anul în care se dă examenul.

Date d'achevement

29.10. 2019

Signature de titulaire du cours

Lector dr. Camelia Cusnir

Signature de titulaire de

seminaire

Lector dr. Camelia Cusnir

Date d'achevement dans le departement

Signature chef de departement

Conf. Dr. Antonio Momoc