

Descriptif d'enseignement

Cycle master 2

Semestre 1

Définir et budgétiser une stratégie de communication

Type de cours : Séminaire

Langue du cours : Français

Enseignant

Deshayes Vincent

Directeur associé au pôle influence d'Havas Paris, directeur d'Havas Territoires

Contact : vincent.deshayes@havas.com

Résumé du cours – Objectifs

La réputation est le vrai capital d'une organisation. Si elle le dilapide, elle peut mourir. Le quart d'heure warholien de gloire est aujourd'hui un quart d'heure réputationnel. Les organisations seront quasiment toutes amenées à faire face à des situations où leur réputation sera mise en cause.

Protéger la réputation des organisations suppose donc pour les communicants de déployer des stratégies d'influence s'appuyant sur toutes les expertises de nos métiers : relations presse, affaires publiques, communication de crise, réseaux sociaux...

Si les expertises en elles-mêmes commencent à être maîtrisées par les étudiants au travers de leur cours ou de leurs stages, ce cours s'attachera à leur montrer comment les mettre en musique pour bâtir une stratégie de communication d'influence cohérente et adaptée, au travers de nombreux exercices pratiques.

Résolument professionnalisant pour permettre la meilleure intégration des étudiants dans leur future vie professionnelle, les éléments budgétaires seront largement abordés.

Evaluation

- 50% : évaluation individuelle sur une stratégie de communication ;
- 50% : exercices pratiques de groupe.

Plan – Séances - Course outline

Séance 1 : L'œil du stratège en communication.

La méthode de la stratégie de communication d'influence.

Séance 2 : Bâtir une stratégie de communication d'influence : articuler et mobiliser l'ensemble des expertises

Focus relations presse

Séance 3 : Bâtir une stratégie de communication d'influence : articuler et mobiliser l'ensemble des expertises

Focus affaires publiques

Séance 4 : Bâtir une stratégie de communication d'influence : articuler et mobiliser l'ensemble des expertises

Focus crise et réseaux sociaux

Séance 5 : Budgéter une stratégie de communication d'influence

Séance 6 : Évaluation pratique

Bibliographie

Quai d'Orsay, Christophe BLAIN, Abel LANZAC, Dargaud, 2010

La dictature de l'urgence, Gilles Finchelstein, Fayard, 2010

Rase campagne, Gilles BOYER, JC-Lattès, 2017

L'entreprise du XXIème siècle sera politique ou elle ne sera pas, Pascal DEMURGER, L'aube, 2019