

Université Laval
Département d'information et de communication
Plan tactique de communication COM-3302
Plan de cours

Chargé de cours : François Grenon

francois.grenon@sivis.ca

Période : lundi de 18 h 30 à 21 h 30 Local : CSL-3275

Objectifs du cours

- Comprendre toutes les étapes menant à la rédaction d'un plan tactique de communication et apprendre à élaborer un plan.
- Se familiariser avec différents moyens de communication nécessaires au déploiement du plan.
- Développer la capacité de travailler avec un client.

Formule pédagogique

- Les cours ont un minimum de théorie, les étudiantes et les étudiants ont la responsabilité de compléter leur apprentissage, notamment par des lectures suggérées.
- Les étudiantes et les étudiants, regroupés en équipes, doivent réaliser deux plans de communication pour des clients différents.
- Le chargé de cours devient une personne ressource.

Calendrier¹

Cours 1 : 31 août	Présentation du cours. Les étapes de planification et les différentes formes de plan. Le mandat. L'analyse de situation.
Cours 2 : 7 sept.	Congé.
Cours 3 : 14 sept.	Le constat. L'axe de communication. Les objectifs et les stratégies. Les publics cibles. Constitution des équipes.
Cours 4 : 21 sept.	« Briefing » avec un 1 ^{er} client. Atelier à partir d'une analyse de situation déjà écrite (10 %).
Cours 5 : 28 sept.	Comment faire un calendrier et un budget. Atelier sur le budget et le calendrier (10 %).
Cours 6 : 5 octobre	Survol des principales tactiques de communication. Remise du 1 ^{er} travail (20 %).
Cours 7 : 12 octobre	Congé.
Cours 8 : 19 octobre	Survol des principales tactiques de communication.
Cours 9 : 26 octobre	Semaine de lecture. Remise du 2 ^e travail (15 %).
Cours 10 : 2 nov.	« Briefing » avec le second client. Survol des principales tactiques de communication. Remise du 3 ^e travail (10 %).
Cours 11 : 9 nov.	Rétroaction du 1 ^{er} client. L'évaluation.
Cours 12 : 16 nov.	Rencontres avec les équipes. Présentation d'une étude de cas.
Cours 13 : 23 nov.	Rencontres avec les équipes. Présentation d'une étude de cas.
Cours 14 : 30 nov.	Rencontres avec les équipes. Possibilité d'un invité. Remise du dernier travail (35 %) de session le 2 décembre.
Cours 15 : 7 déc.	Rétroaction du 2 ^e client. Retour sur les plans déposés par l'enseignant.

¹ Ce calendrier et les sujets prévus peuvent être modifiés en fonction du rythme du cours, de l'intérêt des étudiants et étudiantes et de la présence d'invité-e-s.

ÉVALUATION

L'évaluation de ce cours se fera en six (6) temps. Les deux (2) ateliers comptent pour 10 points chacun.

Le premier travail compte pour 20 % des points et consiste à rédiger une analyse de situation et à poser un constat pour le 1^{er} dossier client.

Le 2^e travail (15 %) consiste à définir, sur la base de l'analyse de situation du premier client, les objectifs, stratégies, publics cibles, axe de communication et moyens conséquents.

Pour le 3^e travail (10 %), chaque étudiant doit préparer la rencontre de « briefing » avec le second client et remettre ses questions par écrit.

Une bonne partie des points sera attribuée lors de la remise du plan de communication du second client (35 %). Les instructions détaillées de même que la grille de correction seront remises et présentées en classe. Les ateliers et travaux doivent se faire en équipe de 2 ou 3 personnes, au choix des étudiants.

Le premier travail doit être remis le 5 octobre et le 3^e déposé le 2 novembre en début de cours. Contrairement aux autres travaux, aucun retard ne peut être accepté sans entraîner la perte de la totalité des points. Le 2^e travail doit être déposé le 26 octobre et le plan de communication de fin de session remis le 2 décembre (version papier et version électronique). Pour tous les travaux, à l'exception du 3^e, une pénalité de 5 % du potentiel total des points sera imposée pour chaque jour ouvrable de retard.

Les travaux et l'examen sont corrigés conformément à la Politique du français du Département adoptée en mars 2010.

Conformément au système de notation en vigueur au Département d'information et de communication, en évaluant les travaux, le professeur interprétera les notes de la façon suivante (voir tableau), compte tenu du niveau du cours dans le programme, et avant pénalité pour le français.

Tout étudiant qui commet une infraction au *Règlement disciplinaire à l'intention des étudiants de l'Université Laval* dans le cadre du présent cours, notamment en matière de plagiat, est passible des sanctions qui sont prévues dans ce règlement.

A+	≥ 90,0	B+	≥ 81,0	C+	≥ 72,0	D+	≥ 63,0
A	≥ 87,0	B	≥ 78,0	C	≥ 69,0	D	≥ 60,0
A-	≥ 84,0	B-	≥ 75,0	C-	≥ 66,0	E	< 60,0

Bibliographie suggérée

DAGENAIS, Bernard, *Le plan de communication, l'art de séduire ou de convaincre les autres*, Sainte-Foy, Les Presses de l'Université Laval, 1998, 357 pages.

Recueil de textes.