

R3.13 Expression Communication Culture -3

Composante Institut universitaire de technologie d'Angoulême

Présentation

Description

contraction de texte).

- S'informer et informer de manière critique :
- Analyser, comprendre et mobiliser les spécificités de la communication en contexte professionnel
- Communiquer de manière adaptée aux situations

Contenu:

S'informer et informer de manière critique et efficace (niveau 2) :

- Approfondissement des techniques de recherche documentaire (à titre indicatif : veille documentaire universitaire et sectorielle).
- Approfondissement des techniques de rédaction documentaire : lecture et écriture de documents techniques et spécialisés, respect des normes

bibliographiques et bureautiques appliquées à un document (ergonomie d'un document numérique, texte, paratexte, hypertexte, etc.)

- Rédaction de synthèse de documents, typologie des plans (thématique, dialectique et d'aide à la décision, etc.)
- Analyser, comprendre et mobiliser les spécificités de la communication en contexte professionnel (niveau 2) :
- Écrits académiques : production de documents complexes qui répondent aux différentes situations de communication universitaire (note de lecture,
- Écrits professionnels (entreprise, presse, web) : rédaction de dossier, de compte-rendu de réunion, d'article de presse grand public / spécialisée, de dossier
- de presse, de communiqué de presse, de revue de presse, de publication corporate, d'écrit pour le web, de tweet, de post, d'e-mail, d'article de blog, d'ebooks,
- de brochure web, d'élément de marque (logo, polices, etc.), datavisualisation.

Communiquer, persuader, interagir (niveau 2):

- Analyse de la communication et développement d'une éthique de la communication interpersonnelle (écoute active, empathie, attitudes de Porter, analyse et
- compréhension des malentendus, etc.)
- Approfondissement des techniques d'argumentation et de rhétorique et mise en pratique afin de mieux gérer les relations avec le client, les collaborateurs,
- etc. (typologie des arguments, preuves techniques, pitch, discours, exposé, débat, etc.)



- Utilisation d'outils collaboratifs, des réseaux sociaux pour communiquer
- Animation de réunions (méthodologie de la conduite de réunion, typologie des réunions, techniques de prise de parole) et outils de communication adaptés

Objectifs

- AC24.03SME | Développer la communication de marque et le marketing de contenu (storytelling/disruption/teasing/brand content)
- AC24.04SME | Piloter les relations publiques et les relations presse en veillant aux différentes parutions de la marque
- AC24.01BDMRC | Réaliser un diagnostic avant la mise en place d'actions commerciales
- AC24.03BDMRC | Travailler en équipe tout en respectant le rôle de chacun
- AC24.04BDMRC | Adapter l'offre à une demande client
- AC24.02BI | Collecter les informations de l'environnement international (identifier les sources pertinentes de données, identifier les outils de collecte de

données, s'assurer de la fiabilité des données)

- AC24.02MDEE | Identifier les spécifités du marketing digital
- AC24.03MDEE | Utiliser un cahier des charges e-business
- AC24.02MMPV | Communiquer sur les objectifs et les résultats efficacement et professionnellement
- AC25.04BI | Positionner l'offre en fonction des spécificités culturelles identifiées sur le(s) marché(s) ciblé(s)
- AC25.02MDEE | Analyser de façon pertinente la situation marché-entreprise grâce aux outils de diagnostic stratégique
- AC25.06MDEE | Contribuer à l'enrichissement d'un projet collectif
- AC25.01MMPV | Analyser le secteur et l'environnement concurrentiel
- AC25.03MMPV | Agencer l'offre sur l'espace de vente en utilisant les techniques de merchandising, en particulier la théâtralisation
- AC25.03SME | Gérer la communication et la commercialisation de l'événement
- AC25.01BDMRC | Intégrer la satisfaction client dans la réussite de la relation commerciale et la réputation de l'entreprise
- AC25.03BDMRC | Traiter les réclamations client pour optimiser l'activité
- AC21.01 | Diagnostiquer l'environnement en appréhendant les enjeux sociaux et écologiques
- AC21.02 | Mettre en oeuvre une étude de marché dans un environnement complexe
- AC21.03 | Mettre en place une stratégie marketing dans un environnement complexe
- AC22.01 | Convaincre en exprimant avec empathie l'offre en termes d'avantages personnalisés
- AC22.02 | Négocier le prix : défendre, valoriser l'offre en percevant les stratégies d'achat
- AC22.04 | Utiliser les OAV (feuille de calcul, supports d'argumentation...) à bon escient pour convaincre
- AC23.01 | Elaborer une stratégie de communication adaptée au brief agence
- AC23.03 | Proposer un plan de com 360° en élaborant les supports et en veillant à leur efficacité
- AC23.04 | Mettre en oeuvre une stratégie digitale : blog, réseaux sociaux, influenceurs, en mesurant leurs performances et en veillant à l'e-reputation.

Heures d'enseignement

ID	ID	11h
TP	TP	6h
CM	CM	1,5h



Liste des enseignements

	Nature	CM	TD	TP	Crédits
R3.13 Expression Communication Culture -3 - CM	UE	1,5h			
R3.13 Expression Communication Culture -3 - TD/TP	UE		11h	6h	

UE = Unité d'enseignement

EC = Élément Constitutif