

Communication

Composante
Institut d'Administration des Entreprises (IAE)

Présentation

Description

Ce cours aborde la communication à partir de sa fonction stratégique dans, et pour, les organisations. Après en avoir fixé le cadre, il décline l'articulation de la communication (et de l'information) dans la stratégie à travers ses principes et modèles, et au moyen d'études de cas. Les étudiants sont invités à s'approprier ces principes et modèles à travers des travaux en groupes faisant ensuite l'objet d'exposés évalués.

Heures d'enseignement

P-SJP

Simulation et jeu pédagogiques

12h

Programme détaillé

1. La communication, une fonction fondamentalement stratégique dans, et pour, les organisations.
2. La communication comme moyen de la stratégie, et la stratégie comme moyen pour réaliser des objectifs. Les trois niveaux de la stratégie et le rôle de la communication.
3. L'information dans le principe stratégique de liberté d'action, et la communication dans le principe stratégique d'économie des moyens. Présentation de cas.
4. Communication directe et indirecte. Conception de stratégies de communication indirecte, exposés.
5. Communication et influence, les modèles. Les stratégies de réseaux, et la mesure de l'efficacité de la communication.
6. La communication paradoxale. Etudes de cas. Conception de stratégie de communication paradoxale, exposés.

Bibliographie

Beauffle A., Introduction à la stratégie. Economica, Paris 1985.

Fayard P., La maîtrise de l'interaction. L'information et la communication dans la stratégie. Zéro Heure Editions Culturelles, Paris 2000. Livre numérique interactif fourni aux étudiants.

Fayard P., Comprendre et appliquer Sun Tzu. 36 stratagèmes de sagesse en action. Dunod, Paris
Rumeur
Kapferer J-N., Rumeurs : le plus vieux média du monde. Le Seuil, Paris 1987.
Marcon Ch. & Moinet N., Développer vos réseaux relationels. Dunod, Paris 2007.