

Communication culturelle et revue de presse internationale

Composante
Institut d'Administration des Entreprises (IAE)

En bref

- # **Langue(s) d'enseignement:** Français
- # **Méthodes d'enseignement:** En présence
- # **Ouvert aux étudiants en échange:** Non

Présentation

Description

Préparer les étudiants en tant que futurs chargés de communication à bien mieux cerner les différences culturelles notamment dans les échanges entre internautes en analysant différentes problématiques issues de plusieurs sujets (stratégies de communication des entreprises multinationales, communication de patrimoines culturels, l'influence culturelle des plates-formes de la VOD, adaptation culturelle des deux Musées du Louvre). Fournir aux étudiants les bases pour élaborer un plan de communication d'entreprise adaptée aux différences culturelles locales et de principales méthodes appliquées par les professionnels. Préparer les étudiants à appliquer une gestion de crises adaptée aux différents contextes culturels, à conduire des actions de médiation et à mettre divers projets culturels sur pied

Heures d'enseignement

Communication culturelle - TD	TD	10h
Communication culturelle - APP	Simulation et jeu pédagogiques	10h

Programme détaillé

Partie 1 : Retour théorique sur les différentes définitions de la notion de culture

1) L'approche culturelle d'Edward T. Hall.

2) Le courant des cultural studies

Partie 2 : Les signes culturels et la rhétorique de l'image

Partie 3 : Aspects culturels dans la communication des crises.

Partie 4 : Quatre thématiques pour les exposés des étudiants

Compétences visées

BC3-6 : Analyser les résultats d'une étude économique/gestion

SBA6 : Identifier le processus de production, de diffusion et de valorisation des savoirs

Bibliographie

Barthes R. (1964), Rhétorique de l'image, in Communication, n°4, 1964, pp. 41-42 ; Hall, E. T. (1973).

Le langage silencieux. Trad. de l'anglais par Jean Mesrie et Barbara Niceall. Montréal: HMH, 222 p.; Hofsted G. (2001).

Culture's consequences: Comparing values, behaviors, institutions and organizations across nations, London, Sage, 2001, 596 p.; Frith, Katherine T. et Subir Sengupta. (1991)

« Individualism and Advertising: A Cross Cultural Comparison ». Asian Mass Communication Research and Information. vol. 18 (4), p.191-197; Van Damme, S. (2004)

Comprendre les Cultural Studies: une approche d'histoire des savoirs. Revue d'histoire moderne & contemporaine, no51-4bis(5), 48-58. doi:10.3917/rhmc.515.0048

Infos pratiques

Lieu(x)

Poitiers-Centre Ville



En savoir plus

<https://iae.univ-poitiers.fr>