

# R3.13 Expression Communication Culture -3 - CM

Composante  
**Institut universitaire de technologie d'Angoulême**

## Présentation

### Description

- 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 (thématische, 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, contraction de texte).
  - 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 spécificités 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

CM	CM	1,5h