

Communication sociétale

Cible étudiants enseignement supérieur

Objectif : faire acquérir des démarches et techniques de communication au travers d'une réflexion 360° sur une problématique de communication sociétale.

Population : étudiants grandes écoles de 2^{ème} année (ou 4^{ème} année post bac), BTS, IUT (dernières années).

Nombre d'étudiants par module : minimum 18 – maximum 27.

Durée : 1 semaine du lundi au vendredi à raison de 25 heures de cours et ateliers.

Synopsis : pendant une semaine, les étudiants travaillent en immersion, sur une campagne de communication sociétale. La thématique est choisie en adéquation avec la filière d'enseignement, l'actualité sociétale et les thématiques étudiées pendant l'année.

Il est remis en début de séminaire un cahier des charges (brief) précisant l'objet de la campagne, la cible et les contraintes (budget, calendrier ...).

Pendant le séminaire, les étudiants travaillent chacun dans 3 workshops :

- l'atelier « annonceur » (le client : organisme, institution ou entreprise, donneur d'ordre de la campagne),
- l'atelier « agence » (l'agence de communication : conseil, création média et hors médias),
- l'atelier « marché » (la cible destinataire de la campagne).

La démarche d'animation incrémentale et itérative permet à chacun d'être acteur dans les 3 workshops.

Des « plages pédagogiques » sont ménagées à chaque changement de rythme. Ces « plages pédagogiques » sont des enseignements théoriques précis, et immédiatement applicables dans la suite du séminaire.

Au fil de la semaine, chaque workshop doit remettre des « livrables ».

Le dernier jour, chaque workshop devient une agence de communication (3 agences en compétition), doit remettre sa recommandation stratégique et la présenter sous lors d'un grand oral.

L'acquisition technique des savoirs et des savoir-faire se fait au fil du module par les plages pédagogiques. A chacune correspond un document remis, soit sous forme papier, soit sous forme de base de données sur un site dédié. La mise en pratique des savoirs est contrôlée par :

- l'évaluation des « livrables » remis au fil du séminaire,
- la recommandation stratégique et le grand oral du dernier jour.

La transversalité et l'implication du corps enseignant : la transversalité est dans le thème de la campagne qui est soumis aux étudiants. Ils devront aller vers leurs différents professeurs pour la partie recherche documentaire sur la thématique. Afin de faciliter cette démarche, il est possible de mettre en place un « tandem relais » au sein de l'école (un enseignant ou responsable de département et une documentaliste).

Le tandem relais fonctionne comme une « hot line » et un centre de ressources, pour répondre aux questions, les aider dans leur recherche documentaire.

Séminaires de communication sociétale récents conçus et animés par Michel Lepeu

Thème	Ancrage actualité	Dates	Population	spécificité
<i>Sustainable development</i>	Grenelle de l'environnement (10/07)	Novembre 2007	Etudiants 4 ^{ème} année école d'ingénieurs post bac	Module en partie en anglais
<i>Education et santé : Obésité</i>	2 ^{ème} plan national nutrition santé (09/06)	Janvier 2007	Etudiants 4 ^{ème} année école d'ingénieurs post bac	