

Ressource R3.13 : Expression, communication, culture - 3

Parcours : BDMRC **Heures :** 15 heures dont 6 heures de TP

Descriptif

Contribution au développement de la ou des compétences ciblées :

- 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

Mots clés : Rédaction documentaire – synthèse de documents – écrit professionnel – écrit académique – conduite de réunion – persuasion

Contenu Pédagogique

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.)

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'e-books, 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

Participer à la stratégie marketing et commerciale de l'organisation, Manager la relation client, Conduire les actions marketing, Vendre une offre commerciale, Communiquer l'offre commerciale

Apprentissages Critiques Liés

- AC23.04
- AC23.01
- AC23.03
- AC24.03BDMRC
- AC21.02
- AC22.04
- AC24.04BDMRC
- AC25.03BDMRC
- AC24.01BDMRC
- AC22.01
- AC22.02
- AC21.01
- AC25.01BDMRC
- AC21.03

CONTACTS RÉFÉRENTS TECHNIQUES DE COMMERCIALISATION

Mickaël MILLET

Secrétariat

Caroline MILCENT-MONTIER

Sylvie LEBER

Chef de département – mickael.millet@univ-lehavre.fr

iut-sec-tc@univ-lehavre.fr

Dir. EDT / Apprentissage – caroline.milcent-montier@univ-lehavre.fr

Directrice des études BUT 2 – sylvie.leber@univ-lehavre.fr