

**MINISTERE DE LA COMMUNAUTE FRANCAISE**  
**ADMINISTRATION GENERALE DE L'ENSEIGNEMENT**  
**ENSEIGNEMENT DE PROMOTION SOCIALE**

**DOSSIER PEDAGOGIQUE**

**UNITE D'ENSEIGNEMENT**

**INTRODUCTION AUX RELATIONS PUBLIQUES**

**ENSEIGNEMENT SUPERIEUR DE TYPE COURT**  
**DOMAINE : SCIENCES ÉCONOMIQUES ET DE GESTION**

**CODE : 74 20 05 U32 D1**

**CODE DU DOMAINE DE FORMATION : 708**

**DOCUMENT DE REFERENCE INTER-RESEAUX**

**Approbation du Gouvernement de la Communauté française du 07 juin 2016,  
sur avis conforme du Conseil général**

# INTRODUCTION AUX RELATIONS PUBLIQUES

## ENSEIGNEMENT SUPERIEUR ECONOMIQUE DE TYPE COURT

### 1. FINALITES DE L'UNITE D'ENSEIGNEMENT

#### 1.1. Finalités générales

Conformément à l'article 7 du décret de la Communauté française du 16 avril 1991 organisant l'enseignement de promotion sociale, cette unité d'enseignement doit :

- ◆ concourir à l'épanouissement individuel en promouvant une meilleure insertion professionnelle, sociale, culturelle et scolaire ;
- ◆ répondre aux besoins et demandes en formation émanant des entreprises, des administrations, de l'enseignement et d'une manière générale des milieux socio-économiques et culturels.

#### 1.2. Finalités particulières

Cette unité d'enseignement vise à permettre à l'étudiant :

- ◆ d'appréhender les enjeux de la communication pour toute entreprise ou organisation ;
- ◆ d'acquérir les techniques de l'accueil ;
- ◆ d'analyser les spécificités de la communication institutionnelle.

### 2. CAPACITES PREALABLES REQUISES

#### 2.1. Capacités

- ◆ résumer les idées essentielles d'un texte d'intérêt général et les critiquer ;
- ◆ produire un message structuré qui exprime un avis, une prise de position devant un fait, un événement ... (des documents d'information pouvant être mis à sa disposition).

#### 2.2. Titre pouvant en tenir lieu

Certificat d'Enseignement Secondaire Supérieur – C.E.S.S.

### 3. ACQUIS D'APPRENTISSAGE

**Pour atteindre le seuil de réussite, l'étudiant sera capable :**

*à partir d'au moins une situation d'accueil issue de la vie professionnelle,*

- ◆ d'analyser la situation : contexte, attentes des bénéficiaires, adéquation des infrastructures ... ;
- ◆ de proposer des pistes d'amélioration, notamment en terme d'organisation et de gestion de l'espace d'accueil ;
- ◆ de mettre en œuvre des techniques d'accueil ;

*à partir de documents relatifs à la communication institutionnelle d'une entreprise ou d'un organisme, les consignes étant clairement précisées par le chargé de cours,*

- ◆ d'identifier les cibles ;
- ◆ d'analyser de manière critique les arguments et la cohérence de cette communication institutionnelle.

**Pour la détermination du degré de maîtrise, il sera tenu compte des critères suivants :**

- ◆ le degré de finesse de l'analyse,
- ◆ le degré de pertinence des solutions,
- ◆ le niveau de qualité des techniques d'accueil mise en œuvre,
- ◆ le degré de précision et la clarté dans l'emploi des termes techniques.

### 4. PROGRAMME

L'étudiant sera capable :

#### 4.1. Introduction aux relations publiques

- ◆ d'appréhender le champ d'action des relations publiques ;
- ◆ de situer les interactions entre les relations publiques et des disciplines proches telles que la publicité, le marketing, la promotion des ventes ... ;
- ◆ d'identifier les principaux métiers des relations publiques et leurs pratiques éthiques et déontologiques ;
- ◆ de percevoir les enjeux de la communication et des relations publiques pour les organisations : facteur d'efficacité, valeur ajoutée ... ;
- ◆ d'appréhender les fondements théoriques de la communication des organisations.

#### 4.2. Gestion et techniques de l'accueil

*face à des situations d'accueil issues de la vie professionnelle, notamment au travers de jeux de rôle,*

- ◆ d'identifier les principes de base de l'accueil (orientation client/usager) ;
- ◆ d'appréhender la diversité des infrastructures d'accueil : infrastructures extérieures, desk d'accueil, site internet ... ;
- ◆ de percevoir les attentes des bénéficiaires d'un service d'accueil ;
- ◆ d'analyser des éléments essentiels de l'accueil : protocole, gestion des files d'attente, des réclamations ... ;
- ◆ de développer et de mettre en œuvre des techniques d'accueil, y compris téléphoniques ;
- ◆ d'organiser un espace d'accueil.

#### 4.3. Principes de la communication institutionnelle

*face à des situations issues de la vie professionnelle mettant en œuvre des stratégies de communication,*

- ◆ de définir la notion de communication institutionnelle ;
- ◆ d'en expliciter les objectifs ;
- ◆ d'en identifier les cibles : clients, usagers, fournisseurs, décideurs, salariés ... ;
- ◆ d'en analyser les spécificités et les arguments : image, marque, réputation, développement durable, éthique.

#### 5. CHARGE(S) DE COURS

Le chargé de cours sera un enseignant ou un expert.

L'expert devra justifier de compétences particulières issues d'une expérience professionnelle actualisée en relation avec le programme du présent dossier pédagogique.

#### 6. CONSTITUTION DES GROUPES OU REGROUPEMENT

Aucune recommandation particulière.

#### 7. HORAIRE MINIMUM DE L'UNITE D'ENSEIGNEMENT

<b>7.1. Dénomination des cours</b>	<b><u>Classement des cours</u></b>	<b><u>Code U</u></b>	<b><u>Nombre de périodes</u></b>
Introduction aux relations publiques	CT	B	16
Gestion et techniques de l'accueil	CT	B	24
Principes de la communication institutionnelle	CT	B	16
<b>7.2. Part d'autonomie</b>		P	14
<b>Total des périodes</b>			<b>70</b>