

Plan du cours

Communication organisationnelle et responsable

• Année universitaire 2026–2027 Licence 3 — Sciences de l'information et de la communication

ENSEIGNANT·E	Ali Ahmaei
VOLUME HORAIRE	18 h de CM (9 séances de 2 h) ; 12 h de TD
ORGANISATION	Chaque CM est suivi d'un TD en groupes distincts.
ÉVALUATION	Examen sur table : QCM et une question ouverte ; travaux réalisés pendant les TD.

Introduction

La communication responsable désigne ici une manière de concevoir, de conduire et d'évaluer la communication d'une organisation en tenant compte des effets de ses activités, de la qualité de ses relations avec les parties prenantes et de la possibilité de discuter publiquement ses engagements. Elle concerne aussi bien les paroles que les procédures d'écoute, les décisions, les preuves publiées et les réponses aux critiques. La responsabilité sociétale des entreprises (RSE) constitue un objet majeur du cours, sans épuiser la question de la responsabilité en communication.

L'enseignement articule communication organisationnelle, théories des parties prenantes, légitimité et dialogue, puis étudie leurs usages face à la désinformation, dans les campagnes, les controverses et les crises. Chaque CM apporte un cadre conceptuel et une question critique. Pour chaque TD, une consigne précise le travail à réaliser ; selon l'activité, les étudiants travaillent individuellement ou en équipe sur une organisation et sur des documents accessibles (rapport, site, campagne, prise de parole ou échange avec des publics).

Pourquoi cet enseignement est important ?

Une organisation est jugée à la fois sur ses impacts, sur la manière dont elle rend des comptes et sur sa capacité à écouter les personnes concernées. Des messages convaincants peuvent coexister avec des pratiques contestées ; inversement, des engagements réels peuvent être mal expliqués ou difficiles à vérifier. Le cours forme donc à examiner les écarts entre discours, preuves et actions, à reconnaître les rapports de pouvoir dans le dialogue et à produire des recommandations argumentées plutôt que des promesses générales.

À la fin du cours, vous serez capables de

- Définir la communication organisationnelle et responsable et distinguer RSE et communication responsable.
- Mobiliser les approches des parties prenantes, de la légitimité et du dialogue pour formuler une question d'analyse.
- Cartographier les parties prenantes, repérer les obstacles à leur écoute et apprécier la qualité d'un dispositif de participation.
- Détecter et vérifier une information contestée en documentant les sources ; confronter les messages d'une organisation à ses pratiques et repérer les différentes formes de *washing*.

Modalités d'évaluation

L'évaluation comprend un examen écrit sur table, constitué d'un QCM de 30 questions et d'une question ouverte, et des notes attribuées aux travaux effectués pendant les séances de TD. Les coefficients et les critères de notation seront précisés aux étudiants.

Progression pédagogique

Séance	CM
1	Communication responsable : définitions et fondements Responsabilité, RSE, communication organisationnelle et communication responsable ; histoire du concept et principaux débats.
2	Communication responsable : théories et mise en pratique Parties prenantes, légitimité, agir communicationnel et approche critique ; relation entre engagements, pratiques et discours.
3	Écouter les parties prenantes Écoute organisationnelle, dialogue et participation ; obstacles à l'écoute, rapports de pouvoir et prise en compte des réponses.
4	Désinformation : mécanismes et circulation Définition et formes de la désinformation ; rumeurs, contenus manipulés, plateformes et dynamiques de diffusion.
5	Détecter la désinformation et vérifier les informations Évaluation des sources, recoupement, traçabilité des contenus et limites de la vérification ; rôle des organisations.
6	Greenwashing, social washing et autres formes de washing Promesses environnementales et sociales ; cadrage trompeur, omissions et écart entre engagements affichés et pratiques.
7	Éthique et responsabilité des professionnels de la communication Véracité, transparence, protection des publics et conflits d'intérêts ; arbitrages dans les décisions de communication.
8	Controverses, crises et réponse responsable Reconnaissance des dommages, écoute des personnes concernées, réponse publique et suivi des engagements.
9	Évaluer et améliorer la communication responsable Audit de communication ; critères de cohérence, d'écoute et de vérifiabilité ; synthèse des théories du cours.

Repères scientifiques pour le cours

Adary, A., & Amiot, L. (2024). *Communication et marketing responsables : Enjeux et pratiques d'un secteur en révolution* (2e éd.). Dunod. [Séances 1–2, 6–7]

- ADEME & Autorité de régulation professionnelle de la publicité. (2024). *Bilan publicité et environnement 2023–2024*. [Corpus de campagnes, TD 6]
- ADEME. (2022). *Le guide de la communication responsable* (nouvelle édition enrichie). ADEME. [Séances 1–2, 6–7]
- Ahmadi, A., & Soulages, J.-C. (2025). Les fake news comme brèche spatio-temporelle dans l'actualité événementielle. *Hermès, La Revue*, (96), 129–134. [Séances 4–5]
- Bowen, F. (2014). *After greenwashing: Symbolic corporate environmentalism and society*. Cambridge University Press. [Séance 6 : greenwashing et décalage entre discours et pratiques]
- Castañeda, M. (2012). *Écouter : Vers la compréhension des autres et de soi-même* (A. Plantagenet, trad.). Robert Laffont. [Séance 3]
- Conseil national de la consommation. (2023). *Guide pratique des allégations environnementales*. Ministère de l'Économie. [TD 6]
- Cornelissen, J. P. (2023). *Corporate communication: A guide to theory and practice* (7e éd.). SAGE. [Séances 1–2, 9]
- Delmas, M. A., & Burbano, V. C. (2011). The drivers of greenwashing. *California Management Review*, 54(1), 64–87. [Séance 6]
- Ecker, U. K. H., Lewandowsky, S., Cook, J., Schmid, P., Fazio, L. K., Brashier, N., Kendeou, P., Vraga, E. K., & Amazeen, M. A. (2022). The psychological drivers of misinformation belief and its resistance to correction. *Nature Reviews Psychology*, 1, 13–29. <https://doi.org/10.1038/s44159-021-00006-y> [Séance 5]
- Freeman, R. E. (1984). *Strategic management: A stakeholder approach*. Pitman. [Séances 2–3]
- Habermas, J. (1987). *Théorie de l'agir communicationnel* (2 vol.). Fayard. (Œuvre originale publiée en 1981.) [Extraits, séance 2]
- Hochschild, A. R. (2012). *The managed heart: Commercialization of human feeling* (3e éd.). University of California Press. [Lecture complémentaire, séance 7]
- Ihlen, Ø., Bartlett, J. L., & May, S. (dir.). (2011). *The handbook of communication and corporate social responsibility*. Wiley-Blackwell. <https://doi.org/10.1002/9781118083246> [Séances 1–2, 7]
- Ireton, C., & Posetti, J. (dir.). (2018). *Journalisme, fake news & désinformation : Manuel pour l'enseignement et la formation en matière de journalisme*. UNESCO. [Séances 4–5]
- Keyton, J., & Shockley-Zalabak, P. (dir.). (2010). *Case studies for organizational communication: Understanding communication processes* (3e éd.). Oxford University Press. [Études de cas pour les TD]
- Kolster, T. (2015). *Goodvertising : La publicité créative responsable*. Alisio. [Séance 6]
- Libaert, T., & Guibert, G. (2020). *Publicité et transition écologique* [Rapport remis au ministère de la Transition écologique]. [Séance 6]
- Macnamara, J. (2016). *Organizational listening: The missing essential in public communication*. Peter Lang. [Séance 3]
- Morsing, M., & Schultz, M. (2006). Corporate social responsibility communication: Stakeholder information, response and involvement strategies. *Business Ethics: A European Review*, 15(4), 323–338. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8608.2006.00460.x> [Séances 2–3]
- Rosenberg, M. B. (2016). *Les mots sont des fenêtres (ou bien ce sont des murs) : Introduction à la communication non violente* (3e éd.). La Découverte. [Séance 3 ; lecture complémentaire]
- Suchman, M. C. (1995). Managing legitimacy: Strategic and institutional approaches. *Academy of Management Review*, 20(3), 571–610. [Séance 2]
- Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). *Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making*. Conseil de l'Europe. [Séance 4]