

2019-2020



BRUSSELS SCHOOL
IHECS
Journalism & Communication

PROGRAMME
DU BACHELIER ET
DES MASTERS

SOMMAIRE

| | |
|--------------------------------------------------------|----|
| ■ STRUCTURE DES ÉTUDES | 03 |
| ■ L'ICHECS FORME AU JOURNALISME ET À LA COMMUNICATION | 05 |
| ■ S'ADAPTER POUR MIEUX COLLER AUX RÉALITÉS DES MÉTIERS | 07 |
| ■ BACHELIER EN COMMUNICATION APPLIQUÉE | 09 |
| ■ MASTER EN JOURNALISME | 12 |
| ■ PRESSE ET INFORMATION SPÉCIALISÉES | 12 |
| ■ MASTER EN COMMUNICATION APPLIQUÉE SPÉCIALISÉE | 14 |
| ■ RELATIONS PUBLIQUES | 14 |
| ■ PUBLICITÉ ET COMMUNICATION COMMERCIALE | 16 |
| ■ ANIMATION SOCIOCULTURELLE ET ÉDUCATION PERMANENTE | 18 |
| ■ ÉDUCATION AUX MÉDIAS | 20 |
| ■ MANAGEMENT D'ÉVÉNEMENTS | 22 |
| ■ PROGRAMME ÉTUDIANTS EN ÉCHANGE IN | 24 |
| ■ LISTE DU PERSONNEL ENSEIGNANT | 26 |
| ■ LOCALISATION ET ACCÈS | 27 |



STRUCTURE DES ÉTUDES : UN PREMIER CYCLE, BACHELIER, SUIVI D'UN DEUXIÈME CYCLE, MASTER

*Le cursus de formation à l'IHECS comprend 2 cycles : d'abord un **Bachelier** (dit de transition) de 180 crédits (trois années), suivi d'un **Master de spécialisation** de 120 crédits (deux ans).*

Plusieurs filières de formation et diplômes sont proposés.



PREMIER CYCLE (180 CRÉDITS, 3 ANNÉES)

Les trois années de bachelier en communication appliquée constituent des humanités numériques préparant aux spécificités des métiers de la communication.

- Le programme du bachelier vise à doter l'étudiant d'une culture communicationnelle moderne où sciences humaines, numérique, techniques de l'image et du son, arts, langues et expression orale ou écrite forment un ensemble intégré.
- Apprentissage conceptuel, intégration d'une démarche critique et de contextualisation, pratique des médias et mise en pratique des connaissances donnent au bachelier un caractère polyvalent dans le domaine de la communication.
- Après une première année commune à tous, l'étudiant construit son parcours personnel. Dès la deuxième année, dans le respect d'une logique de prérequis, il construit son programme en sélectionnant les unités d'enseignement proposées qui le composent ; il poursuit cette élaboration durant la troisième année où il choisit aussi une préorientation qui l'introduit au master auquel il se destine (journalisme, animation socioculturelle et éducation permanente, publicité, relations publiques voire éducation aux médias ou management d'événements).
- Au terme de ce premier cycle, le diplôme identique pour tous est un Bachelier en communication appliquée.



DEUXIÈME CYCLE (120 CRÉDITS, 2 ANNÉES)

Les deux années de master peuvent se réaliser dans six filières distinctes :

- en journalisme, avec le master en presse et information spécialisées,
- en animation socioculturelle et éducation permanente,
- en publicité et communication commerciale,
- en relations publiques,
- en éducation aux médias,
- en management d'événements.

Les quatre premiers masters ne sont accessibles directement qu'aux étudiants issus du premier cycle issu de l'IHECS, les deux derniers sont non seulement ouverts à ces étudiants, mais également, selon certaines conditions d'accès, à ceux ayant effectués d'autres premiers cycles.

Chaque master poursuit l'objectif d'approfondir un domaine de la communication. Mettant une fois encore la pratique et l'analyse au centre de leurs formations, ces masters permettent d'acquérir la maîtrise professionnelle du champ communicationnel choisi.

- Chaque master possède un programme de cours et d'activités largement spécifiques.

- Comme en bachelier, l'étudiant construit son parcours à travers les choix qui lui sont proposés tout au long des deux années de formation ; le programme qu'il élabore lui permet de se bâtir une identité propre.
- Le choix du master n'est pas une urgence : l'étudiant a amplement le temps de le mûrir durant ses années de premier cycle.

MOBILITÉ INTERNATIONALE

L'IHECS dispose d'un réseau étendu offrant une mobilité étudiante en Europe (Erasmus), hors-Europe (Mercury et FAME) et en Communauté flamande (BELGICA) avec des partenariats en Allemagne, Argentine, Autriche, Australie, Brésil, Canada, Chili, Chine (Hong Kong), Colombie, Corée, Danemark, Équateur, Espagne, Estonie, Finlande, France, Hongrie, Inde, Irlande, Italie, Japon, Lettonie, Lituanie, Macao, Mexique, Moldavie, Norvège, Pays-Bas, Pérou, Pologne, Portugal, République Tchèque, Roumanie, (Royaume-Uni), Russie, Slovaquie, Suède, Taïwan, Uruguay et USA, ainsi qu'avec cinq villes de la Communauté flamande.

Pour l'année 2019-2020, quelques 200 places seront proposées aux étudiants de l'IHECS désirant étudier un semestre à l'étranger.

Des bourses de stages ERASMUS, MERCURY, FAME et BELGICA sont également accordées pour les stages en master.



L'HECS FORME AU JOURNALISME ET À LA COMMUNICATION

NOS SPÉCIFICITÉS

UNE COMMUNICATION APPLIQUÉE

L'enseignement à l'HECS est analytique, critique et pratique.

Les cours généraux constituent le fondement de la formation. Cette solide base est très vite mise en contexte : un travail de terrain, un apprentissage par projets, une pratique médiatiques et des langues, une attention à l'insertion professionnelle opérationnalisent les savoirs. Sur un mode inductif et au plus proche de la réalité, les questions d'information et de communication sont envisagées de façon appliquées, concrètes, mais aussi générales pour que leur universalité puisse être comprise. L'enseignement dispensé est donc à la fois scientifique et enraciné dans l'action ; il se différencie de l'approche prévalent dans les cursus universitaires classiques par sa méthode inductive et pragmatique.

Dans la formation de l'HECS, la communication est toujours l'objectif premier. Si la pratique des langues et de l'écriture, les pratiques médiatiques, l'apprentissage inductif par problèmes viennent enrichir les composantes habituelles d'un enseignement en communication sociale, le but n'est jamais de faire de la technique une fin en soi, mais de pouvoir grâce à elle exprimer plus efficacement un message, une intention, une idée déterminée. En un mot : de communiquer.

Cette démarche justifie l'appellation de **communication appliquée**.

UNE VOCATION PRATIQUE

Cette pédagogie valorisant la pratique dans et pour l'apprentissage permet d'asseoir l'horizon professionnel de la formation. Pour offrir à chaque étudiant la possibilité de se construire une identité professionnelle forte, des moyens sont mis en œuvre tout au long de la formation :

- la forte présence de professionnels dans le corps enseignant (aux environs de la moitié) et dans les jurys,
- l'implication de ces professionnels et des associations qui les représentent dans l'élaboration des programmes et leur constante mise à jour,
- la place donnée à la pratique avec des moyens techniques professionnels et de pointe, ainsi qu'aux travaux réalisés en lien étroit avec les professions, entre autres pour la partie dite « médiatique » du mémoire,
- la valorisation du travail personnel dans une perspective fonctionnelle d'intégration sur le marché du travail, jusqu'à la formation à l'entrepreneuriat,
- l'importance dévolue dans le cursus aux langues, tant dans les cours que dans les échanges internationaux,
- le réseau de contacts entretenu avec les entreprises, les groupements, les associations et les pouvoirs publics ainsi que l'organisation de rencontres régulières avec la profession (entre autres ateliers, colloques, séminaires, speed mentoring ou journées de travail),
- l'intervention et les rencontres avec les Alumni de l'IHECS tout au long de la formation,
- rappelons enfin qu'à travers l'IHECS Academy, l'institut organise de la formation continue, ce qui accentue encore le feedback de la profession sur la formation initiale.

UNE ORIENTATION SOCIALE

Notre formation poursuit également une vocation sociale. Cet ancrage social est la base d'une culture école connue pour la qualité de ses relations humaines. Cet « esprit-maison » s'exprime entre autres dans

- une disponibilité des enseignants et les relations de proximité entre enseignants et étudiants,

- une pédagogie d'intégration qui favorise les dynamiques collectives à travers les travaux de groupe et les cours d'accompagnement,
- une volonté partagée par nos enseignants d'amener les individus et les groupes qui y ont rarement accès à une prise de parole publique, ce qui participe à l'essence véritablement sociale de la communication et de l'information,
- une ouverture aux questions actuelles, avec par exemple l'intégration de formateurs réfugiés dans quelques activités d'apprentissage ou l'accueil dans les cours d'étudiants réfugiés,
- une approche « bien social » et « service public » de l'information et de la communication, qui éclaire plus qu'elle n'éblouit, qui intéresse plus qu'elle ne captive,
- in fine, l'utilisation des médias dans un but émancipateur : renforcer au sein de la société les processus de transmission, d'échange, de partage et de construction critique des savoirs, qu'ils soient techniques, scientifiques, économiques, sociaux, écologiques, politiques, éthiques ou culturels.

UNE CRÉATIVITÉ SOUTENUE

Enfin, la dernière particularité de l'institution est la place donnée à la **créativité, l'imagination, l'affirmation de la personnalité**, bref au potentiel et aux virtualités de chacun. La formation à l'IHECS met en évidence l'interaction constante entre l'intellect et l'affectif, la critique et la réalisation, la stratégie et l'outil. Pour libérer les capacités de chacun et pour faire émerger les talents, une attention particulière est accordée à la pédagogie de proximité qui valorise le portefeuille de compétences de chacun. Par ce *learning by doing* constamment mis en œuvre dans l'apprentissage, les personnalités se forment et les compétences s'acquièrent.



Ancré dans le présent et **tourné vers demain**, l'IHECS veille à ajuster son enseignement aux logiques et aux pratiques rencontrées dans les secteurs du **journalisme et de la communication**.

Pour répondre à ce défi permanent, nous nous employons à **améliorer** non seulement nos **programmes** mais également **nos méthodes pédagogiques**.

S'ADAPTER POUR MIEUX COLLER AUX RÉALITÉS DES MÉTIERS

LE PROGRAMME

Après avoir appris et pratiqué les concepts et contextualisé les pratiques en bachelier, les étudiants sont appelés à maîtriser les métiers et à construire leur identité professionnelle au cours des années de Master. Avec ces objectifs, l'IHECS propose un programme qui met en avant :

1. la volonté permanente d'une mise en adéquation avec les nouvelles réalités et pratiques des métiers de la communication ;
2. la construction des apprentissages autour d'unités d'enseignement intégrées ;
3. la poursuite de relations de plus en plus étroites avec nos partenaires universitaires, en Belgique et à l'étranger.

Quelques essentiels

Les cycles

La formation se répartit en deux cycles distincts : le bachelier ou premier cycle, qui se déroule sur trois années, et le master ou second cycle, auquel deux années sont consacrées. À l'IHECS, le bachelier permet un accès inconditionnel à six masters organisés en interne.

Les quadrimestres

L'année est divisée en trois quadrimestres ; le premier du 14 septembre au 31 janvier, le second du 1^{er} février au 30 juin, le dernier du 1^{er} juillet au 13 septembre. Les cours sont dispensés lors des deux premiers quadrimestres (qui sont composés d'un minimum de douze semaines). Au terme de chaque quadrimestre, une session (ou présession pour le premier quadrimestre) d'examens est organisée.

CE PROGRAMME SE DÉCLINE

Cette volonté affirmée amène

- à mettre l'application et la **pratique** au centre de la pédagogie : que ce soit en groupe ou individuellement, la réalisation de travaux par les étudiants est favorisée,
- à privilégier l'autonomie des étudiants, la méthode inductive et le rapport au **terrain**,
- ce rapport au concret et cette pratique concerne également les médias qui sont des **outils** permettant l'information, la communication et la transmission de messages ; les étudiants bénéficient d'un accompagnement professionnel dans la découverte et l'utilisation raisonnée du numérique, de l'image fixe (graphisme et photographie), du son et de l'image en mouvement.

Du point de vue pédagogique, ce programme débouche sur le développement de l'apprentissage autour de **trois piliers** structurants : d'abord, la culture générale et les fondements des sciences de l'information et de la communication, ensuite, les langues et l'expression linguistique écrite ou orale, enfin, la découverte et la pratique des médias :

- la **culture générale** et les sciences de l'information et de la communication sont développées durant les trois premières années de bachelier, 75 des 180 crédits de bachelier y sont consacrés ; à travers les grandes disciplines des sciences humaines, l'ambition est d'équiper les étudiants des connaissances et des savoirs utiles à la contextualisation et à l'analyse des situations contemporaines auxquelles ils seront confrontés,
- les **langues** germaniques et l'**expression** orale et écrite, tant en français que dans les langues étrangères, constituent une base nécessaire de la maîtrise de la communication, 60 des 180 crédits de bachelier y sont consacrés, la moitié pour les langues germaniques, l'autre moitié pour l'expression française ; cette pratique se poursuit dans les masters avec des cours en langues et des exercices concrets d'expression,
- la compréhension des langages et la pratique des **médias** forment le dernier pilier qui constitue 45 des 180 crédits de bachelier ; dès la première année, le rapport empirique aux médias est développé, les étudiants sont appelés à pratiquer le plus professionnellement possible les langages et les outils des médias contemporains, à partir du numérique et d'Internet pour y intégrer progressivement l'ensemble des outils offerts par les techniques de communication.

Les crédits

Dans le supérieur, plutôt que de parler d'année de cours, il est question d'une accumulation de crédits. Tout enseignement, comme tout cycle, est associé à un ensemble de crédits. Les crédits sont accumulés par l'étudiant au fur et à mesure de son parcours.

Une année d'enseignement équivaut à 60 crédits, il s'agit d'une norme internationale à laquelle la Communauté française et l'IHECS souscrivent ; à l'IHECS les unités d'enseignement sont toujours de multiple de cinq (matériellement, cinq, dix ou quinze crédits en bachelier, jusqu'à 20 crédits en master). Les crédits sont acquis par les étudiants au terme d'épreuves (examens ou travaux) qui permettent de les valider. Tout crédit acquis l'est définitivement (à l'IHECS ou ailleurs en Communauté française).

L'unité d'enseignement

Plutôt que de parler de « cours » ou de matières, comme dans le secondaire, l'enseignement supérieur est construit autour d'unités d'enseignement (UE). Une unité d'enseignement est un ensemble pédagogiquement cohérent au terme duquel doivent être acquis une série de compétences.

Au sein d'une unité d'enseignement, qui peut être assumée par un ou plusieurs enseignants, il y a une ou plusieurs activités d'apprentissage (AA). Ces activités d'apprentissage réparties au long de chaque quadrimestre correspondent à un cours ou un enseignement spécifique. Des crédits sont associés à chaque activités d'apprentissage (et donc à chaque unité d'enseignement) : la validation des crédits est cumulative.

Le programme d'année

Les étudiants doivent en début d'année (avant le 31 octobre) choisir les unités d'enseignement qui composeront leur programme d'année.

Ce choix est contraint en première année (tous les étudiants ont les mêmes 60 crédits), mais est libre (en respectant les prérequis) dans la suite. Un programme d'année doit normalement comporter 60 crédits.

La validation de crédits

La réussite d'une activité d'apprentissage comme d'une unité d'enseignement est à 10/20 (50%). Les crédits s'accumulent au fur et à mesure du parcours étudiant. Pour passer en deuxième année, un étudiant du premier cycle doit valider 45 crédits de son année ; pour qu'une unité d'enseignement soit validée, il est nécessaire que les activités qui la composent soient collectivement réussies (c'est-à-dire que la moyenne pondérée de l'unité soit elle-même supérieure à 50%).



**BACHELIER EN
COMMUNICATION
APPLIQUÉE**

BACHELIER EN COMMUNICATION APPLIQUÉE

Programme en 3 ans

| | CRÉDITS |
|------------------------------------------------------|-----------|
| BLOC 1 | 60 |
| COURS THÉORIQUES DE BASE | |
| Théories de la communication (TCOM1125) | 5 |
| Introduction aux médias et à leurs usages (MEDI1113) | 5 |
| Économie politique (ECOP1126) | 5 |
| Philosophie (FILO1114) | 5 |
| Histoire et histoire des idées (HIST1127) | 5 |
| COMMUNICATION ET RHÉTORIQUE | |
| Expression écrite I (ECRI1118) | 5 |
| Narration et formes littéraires (NARA1129) | 5 |
| COURS DE LANGUES | |
| Anglais / Néerlandais ou Allemand (LANG1102) | 10 |
| IMAGE FIXE (FIXE1101) | 15 |

Les grilles de cours telles que présentées ci-dessous sont une proposition de cursus faite par l'IHECS. L'étudiant est libre de choisir ses cours théoriques tout en respectant les prérequis et un minimum de 60 crédits par année.

| | CRÉDITS |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| BLOC 2 | 60 |
| COURS THÉORIQUES DE BASE | |
| Sociologie (SOCI1213) | 5 |
| Psychologie de la communication (PSYC1215) | 5 |
| Introduction au droit et droit des médias (DROI1226) | 5 |
| Institutions et sciences politiques (SCPO1224) | 5 |
| Cours à choix (CRIT1219 - CREC1219 - EDUM1219 - PLAS1219 - ARAB1219 - CINE1219 - PROJ1219 - OPER1219 - TEFL1219 - ESPA1219 - GNDR1219 - ENGA1219) | 5 |
| COMMUNICATION ET RHÉTORIQUE | |
| Expression écrite II (ECRI1217) | 5 |
| Argumentation, rhétorique et expression orale (ARGU1203) | 5 |
| COURS DE LANGUES | |
| Anglais / Néerlandais ou Allemand (LANG1202) | 10 |
| SON ET IMAGES EN MOUVEMENT (FLUX1201) | 15 |

| | CRÉDITS |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| BLOC 3 | 60 |
| COURS THÉORIQUES DE BASE | |
| Linguistique sémiologie (LING1325) | 5 |
| Anthropologie de la culture et de la communication (ANTH1313) | 5 |
| Théorie et pratique des sondages et techniques d'enquête (TENQ1314) | 5 |
| Préorientation section I (FDPI1327 - FDRP1327 - FDP1327 - FDAS1327) | 5 |
| Préorientation section II (PECO1328 - MANA1328 - ORGA1328 - CULT1328) | 5 |
| COMMUNICATION ET RHÉTORIQUE | |
| Préorientation section III et activités d'intégration professionnelle (PSP1315 - PSRP1315 - PSPU1315 - PSAS1315) | 5 |
| Expression écrite III (EEDI1316 - EERP1316 - EEP1316 - EAS1316) | 5 |
| COURS DE LANGUES | |
| Anglais / Néerlandais ou Allemand (LANG1302) | 10 |
| WEB, INTERACTIVITÉ ET TRANSMÉDIA (INTE1301) | 15 |

UNITÉS « COURS À CHOIX » ET UNITÉS D'ENSEIGNEMENT DE PRÉORIENTATION

COURS À CHOIX

| | |
|----------------------------------------------------------------|---|
| Critique de l'info-com (CRIT1219) | 5 |
| Fondements de l'éducation aux médias (EDUM1219) | 5 |
| Crises et critique de l'économie contemporaine (CREC1219) | 5 |
| Analyse socio-politique du monde arabe contemporain (ARAB1219) | 5 |
| Formes plastiques (PLAS1219) | 5 |
| Formes narratives du cinéma (CINE2119) | 5 |
| Crédits-projet (PROJ1219) | 5 |
| IHECS-Opéra (OPER1219) | 5 |
| Anglais spécialisé TOEFL (TEFL1219) | 5 |
| Espagnol (ESPA1219) | 5 |
| Introduction to gender studies (GNDR1219) | 5 |
| Engagement citoyen (ENGA1219) | 5 |

PRÉORIENTATION - À CHOISIR PARMIS

| | |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|
| Préorientation section I PI : Fondement du Journalisme (FDPI1327) RP : Fondement théoriques et études de cas en Relations Publiques (FDRP1327) PUB : Fondement de la Publicité et Communication Commerciale (FDPU1327) ASCEP : Fondement de l'Animation Socioculturelle et Éducation Permanente (FDAS1327) | 5 |
| Préorientation section II PI : Information politique, économique et sociale (PECO1328) RP : Principes généraux du management : approches pluridisciplinaires (MANA1328) PUB : Organisation des entreprises et marketing management (ORGA1328) ASCEP : Enjeux et perspectives de la culture (CULT1328) | 5 |
| Préorientation section III et activités d'intégration professionnelle PI : Approches du terrain professionnel (PSP1315) RP : Gestion de projets et activités d'intégration professionnelle (PSRP1315) PUB : Agence, entreprise et activités d'intégration professionnelle (PSPU1315) ASCEP : Approches des terrains sociaux et culturels (PSAS1315) | 5 |
| Expression écrite III PI : Écritures journalistique et académique (EEDI1316) RP : Rédaction de rapport (EERP1316) PUB : Rapports d'agences (EEDU1316) ASCEP : Rapport d'observation (EEAS1316) | 5 |

LISTE DES PRÉ- ET CO-REQUIS

| |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Expression écrite I, prérequis à Expression écrite II |
| Expression écrite II, corequis à Expression écrite III |
| Cours de langue I, prérequis à Cours de langue II |
| Cours de langue II, corequis à Cours de langue III |
| Image fixe, prérequis à Son et images en mouvement |
| Son et images en mouvement, corequis de Web, interactivité et transmédia |
| Préorientation section III et activités d'intégration professionnelle, corequis à Expression écrite III |



**MASTER EN
PRESSE ET INFORMATION
SPÉCIALISÉES**

MASTER EN PRESSE ET INFORMATION SPÉCIALISÉES

Programme en 2 ans

| | CRÉDITS |
|----------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| MA BLOC 1 | 60 |
| COURS GÉNÉRAUX | |
| Socio-économie des médias (LCOMU) | 5 |
| Déontologie des médias (LCOMU) | 5 |
| Approches juridiques du journalisme entrepreneurial (LCOMU) | 5 |
| Narratologie (LCOMU) | 5 |
| Compréhension du modèle social, économique et politique belge (MODE2112) | 5 |
| Huidige problemen (ACNL2113) ou Current affairs (ACGB2113) | 5 |
| Environnement numérique du journalisme (ENVI2114) | 5 |
| ACTIVITÉS D'INTÉGRATION PROFESSIONNELLE | |
| Préparation aux TFE I (TFPI2101) | 5 |
| MÉDIAS ET TRAINING | |
| Ateliers de pratique journalistique I (ATPI2112) | 10 |
| Ateliers de pratique journalistique II (ATPI2122) | 10 |
| MA BLOC 2 | 60 |
| COURS GÉNÉRAUX | |
| Un cours à choix | |
| Hedendaagse uitdagingen van de Europese Unie (DAAG2212) | 5 |
| Vested Interest and Current Affairs (VEST2112) | |
| Au choix 2 unités parmi | 10 |
| Approfondissement de l'actualité (APRO2213) | |
| International politics in the anthropocene (CENE2113) | |
| Journalisme européen : processus décisionnels et sources d'information européenne (JEUR2213) | |
| Culture et religions (RELI2213) | |
| Les responsabilités juridiques et financières des pouvoirs locaux et régionaux (RESJ2214*) | |
| ACTIVITÉS D'INTÉGRATION PROFESSIONNELLE | |
| Préparation aux TFE II (PFPI2202) | 5 |
| Stage (STPI2221) | 10 |
| Mémoire médiatique (MMPI2211) | 10 |
| Mémoire théorique (MTPI2222) | 10 |
| MÉDIAS ET TRAINING | |
| Au choix 2 unités parmi | 10 |
| Approche journalisme vivant (VIVA2215) | |
| Projet de journalisme culturel : FIFF (FIFF2215) | |
| Projet de journalisme sportif (SPOR2215) | |
| Projet Enquête et reportage avec le Soir (REPO2214*) | |
| Journalisme d'investigation (INVS2215) | |

*Unités liées les unes aux autres



**MASTER EN COMMUNICATION
APPLIQUÉE SPÉCIALISÉE
RELATIONS PUBLIQUES**

MASTER EN COMMUNICATION APPLIQUÉE SPÉCIALISÉE

RELATIONS PUBLIQUES

Programme en 2 ans

| | CRÉDITS |
|--------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| MA BLOC 1 | 60 |
| FONDEMENTS DES RELATIONS PUBLIQUES | |
| Connaissance des médias, relations presse et influence (DOCS2111) | 5 |
| Research and case studies in Public Relations (RESE2122) | 5 |
| DOMAINES D'APPLICATION DES RELATIONS PUBLIQUES | |
| Communication marketing (MARK2121) | 5 (ULB) |
| Communication corporate (CORP2112) | 5 (ULB) |
| Stratégies numériques en communication (SNUM2123) | 5 (ULB) |
| Communication événementielle (EVEN2115) | 5 |
| Communication interne (INTE2125) | 5 |
| Milieucommunicatie (MILI2126) ou Werbung und Public Relations (WERB2126) | 5 |
| Communication politique (CPOL2114) | 5 |
| MÉDIAS | |
| Stratégie médiatique Relations Publiques (STRA2116) | 5 |
| Recommandations stratégiques Relations Publiques (RECO2124) | 5 |
| ACTIVITÉS D'INTÉGRATION PROFESSIONNELLE | |
| Méthodologie de la recherche en Science de l'Information et Communication (METH2113) | 5 |
| Semaine d'intégration, préparation stage (STAG222) | |
| MA BLOC 2 | 60 |
| FONDEMENTS DES RELATIONS PUBLIQUES | |
| Réputation, e-réputation, communication de crise (REPU2218) | 5 |
| MÉDIAS | |
| Atelier de production mémoire Relations Publiques (PROD2211) | 10 |
| ACTIVITÉS D'INTÉGRATION PROFESSIONNELLE | |
| Stage (STAG2221) | 10 |
| Mémoire théorique (THEO2222) | 15 |
| OPTION DE SPÉCIALISATION (AU CHOIX) | |
| Communication et affaires européennes | |
| Mécanismes décisionnels communautaires (MECA2213) | 5 |
| Appels d'offres et gestion de projets européens (APPE2214) | 5 |
| Communication of European Interest Groups (GROU2215) | 5 |
| Communication politique européenne (POLI2216) | 5 |
| Organisation et gestion de la connaissance | |
| Knowledge management and business intelligence (KNOW2213) | 5 |
| Management (MANA2214) | 5 |
| Développement personnel et motivation (MOTI2215) | 5 |
| Leadership, change and innovation management (INNO2216) | 5 |
| Communication numérique | |
| Enjeux des médias numériques (ENJE2213) | 5 |
| Stratégies de contenu numérique (CONT2214) | 5 |
| Copywriting numérique (COPY2215) | 5 |
| Production et mise en œuvre (PROD2216) | 5 |



**MASTER EN COMMUNICATION
APPLIQUÉE SPÉCIALISÉE
PUBLICITÉ ET COMMUNICATION
COMMERCIALE**

MASTER EN COMMUNICATION APPLIQUÉE SPÉCIALISÉE

PUBLICITÉ ET COMMUNICATION COMMERCIALE

Programme en 2 ans

| CRÉDITS | |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| MA BLOC 1 | 60 |
| FONDEMENTS DE LA PUBLICITÉ & DE LA COMMUNICATION COMMERCIALE | |
| Compréhension du marché et du consommateur (MACO2111) | 5 |
| De la planification stratégique à la conception de campagne publicitaire (PLCO2127)» | 5 |
| TECHNIQUES PROPRES À LA PUBLICITÉ & À LA COMMUNICATION COMMERCIALE | |
| Séminaire multilingue : publicité & communication commerciale (LGPU2115) | 5 |
| Content Strategy (STRA2112) | 5 |
| Approches juridiques de la communication publicitaire & commerciale (JURP2118) | 5 |
| Recherche documentaire critique en communication publicitaire & commerciale (REDO2119) | 5 |
| Enjeux digitaux en communication publicitaire & commerciale (ENDI2100) | 5 |
| Marketing relationnel (RELA2123) | 5 |
| MÉDIAS ET TRAINING | |
| Stratégie médiatique et ateliers de production publicitaire & commerciale (AMED2116) | 20 |
| | |
| MA BLOC 2 | 60 |
| FONDEMENTS DE LA PUBLICITÉ & DE LA COMMUNICATION COMMERCIALE | |
| Préparation du TFE : État de la question (MAIL2211) | 5 |
| Budgétisation et pré-test (MAIL2212) | 5 |
| ACTIVITÉS D'INTÉGRATION PROFESSIONNELLE | |
| Stage (STPU2223) | 10 |
| Mémoire médiatique (MMPU2212) | 10 |
| Mémoire théorique (MTPU2224) | 10 |
| OPTION DE SPÉCIALISATION (AU CHOIX) | |
| Écosystème digital de l'entreprise et communication publicitaire (DIGI2215) (unité commune à toutes les options) | 5 |
| e-Marketing et webvertising | |
| Gestion de projet en communication digitale (GEPR2216) | 5 |
| Mediaplanning digital (MPLD2217) | 5 |
| Problématique contemporaine en communication digitale (PRCO2218) | 5 |
| Publicité & communication commerciale en entreprise | |
| Approches particulières en communication marketing des entreprises (APPA2216) | 5 |
| Évaluation de projet d'entreprise (EVPE2217) | 5 |
| Stratégie d'entreprise et gestion de gammes & de produits (STGE2218) | 5 |
| Publicité & communication commerciale en agence | |
| Packaging et brand design (PABD2216) | 5 |
| Problématiques spécifiques en agence de publicité (PSAP2218) | 5 |
| Créativité trans- et cross-media (CTCM2217) | 5 |



**MASTER EN COMMUNICATION
APPLIQUÉE SPÉCIALISÉE
ANIMATION SOCIOCULTURELLE
ET ÉDUCATION PERMANENTE**

MASTER EN COMMUNICATION APPLIQUÉE SPÉCIALISÉE

ANIMATION SOCIOCULTURELLE ET ÉDUCATION PERMANENTE

Programme en 2 ans

| CRÉDITS | |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| MA BLOC 1 | 60 |
| FONDEMENTS ET ENVIRONNEMENTS DE L'ANIMATION SOCIOCULTURELLE ET DE L'ÉDUCATION PERMANENTE | |
| Politiques culturelles (POLC2111) | 5 |
| Globalisation (en anglais) (CULG2125) | 5 |
| Nouveaux modèles économiques du secteur socioculturel (MODE2122) | 5 |
| Questions spéciales de l'animation socioculturelle et de l'éducation permanente (QASP2111) | 5 |
| Structures internationales et relations nord-sud (INTER2123) | 5 |
| Droit du secteur socioculturel (DROIT2115) | 5 |
| MÉTHODOLOGIE D'APPROCHE DES TERRAINS ET PROJETS DE L'ANIMATION SOCIOCULTURELLE ET DE L'ÉDUCATION PERMANENTE | |
| Préparation aux TFE I (TFAS2102) | 5 |
| Médias et approches des terrains socioculturels (TERR2124) | 5 |
| PROJETS DE PRODUCTION MÉDIATIQUE ET ACTIVITÉS D'INTÉGRATION PROFESSIONNELLES | |
| Projets et ateliers de production médiatique (ATAS2105) | 20 |
| MA BLOC 2 | |
| 60 | |
| FONDEMENTS ET ENVIRONNEMENTS DE L'ANIMATION SOCIOCULTURELLE ET DE L'ÉDUCATION PERMANENTE | |
| Au choix 2 unités parmi : | |
| Cultural Studies (CULS2210) | 5 |
| Cultures for Communication (CUCO2211) | 5 |
| Coopération internationale : perspectives et stratégie de communication (COPP2212) | 5 |
| Cultures et religions occidentales (CURE2219) | 5 |
| Milieus urbains et développement durable (DURA2214) | 5 |
| Design Stratégique (pour l'innovation sociale) (ESA St Luc) | 5 |
| Connaissance des milieux culturels et artistiques (CMCA2216) | 5 |
| City branding et City marketing (CITY2216) | 5 |
| International politics in the Anthropocene (CENE2213) | 5 |
| MÉTHODOLOGIE D'APPROCHE DES TERRAINS ET PROJETS DE L'ANIMATION SOCIOCULTURELLE ET DE L'ÉDUCATION PERMANENTE | |
| Préparation aux TFE II (TFAS2202) | 5 |
| PROJETS DE PRODUCTION MÉDIATIQUE ET ACTIVITÉS D'INTÉGRATION PROFESSIONNELLES | |
| Mémoire médiatique (MMAS2211) | 10 |
| Stage (STAS2221) | 10 |
| Article (mémoire théorique) (MTAS2222) | 10 |
| OPTION DE SPÉCIALISATION (AU CHOIX) | |
| Management social et culturel | |
| Finances et gestion du socioculturel (FGSO2217) | 5 |
| Médias, perspectives et innovations dans le secteur socioculturel (INNO2218) | 5 |
| Communication organisationnelle dans le secteur socioculturel (ORGA2219) | 5 |
| Médiation sociale et culturelle | |
| Animation culturelle et éducation permanente: techniques, publics et contextes (ANIM2220) | 5 |
| Théorie appliquée de la médiation culturelle (TMEC2221) | 5 |
| Créativité et citoyenneté contemporaines (CREA2215) | 5 |



**MASTER EN COMMUNICATION
APPLIQUÉE SPÉCIALISÉE
ÉDUCATION AUX MÉDIAS**

MASTER EN COMMUNICATION APPLIQUÉE SPÉCIALISÉE

ÉDUCATION AUX MÉDIAS

Programme en 2 ans

| | CRÉDITS |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| MA BLOC 1 | 60 |
| FONDEMENTS DE L'ÉDUCATION AUX MÉDIAS | |
| Littératie médiatique (UCL : LCOMU2640) | 5 |
| Médias, culture et réception (SYMB2212) (UE bisannuelle B1 et B2, organisée en 2020-2021) | 5 |
| MÉTHODOLOGIE DE LA RECHERCHE APPLIQUÉE | |
| Méthodes et techniques de recherche et d'évaluation en éducation aux médias (METH2121) | 5 |
| ANALYSE DES MÉDIAS ET DE LEUR PUBLIC | |
| Éducation au cinéma et à l'image (LMED2111) | 5 |
| Psychosociologie des usagers et des pratiques médiatiques (PSYS2112) | 5 |
| Analyse des séries télévisées (UCL : LCOMU2605) | 5 |
| CONCEPTION, RÉALISATION ET ÉVALUATION DE MÉDIAS ÉDUCATIFS | |
| Atelier de création médiatique (REAL2113) | 5 |
| Atelier de conception et expérimentation d'outils d'Éducation aux Médias (ATEL2123) | 5 |
| Création d'environnements numériques d'apprentissage (LIGN2124) | 5 |
| Effets éducatifs des médias (UCL : LCOMU2663) | 5 |
| INTERVENTION PÉDAGOGIQUE EN ÉDUCATION AUX MÉDIAS | |
| Analyse et approche socio-éducatives des pratiques ludiques (SOED2216) (UE bisannuelle B1 et B2, organisée en 2019-2020) | 5 |
| Techniques pédagogiques et didactique de l'Éducation aux Médias (PEDI2124) | 5 |
| Gestion du non-marchand et création d'associations (UCL : LCOMU2890) | 5 |
| MA BLOC 2 | 60 |
| FONDEMENTS DE L'ÉDUCATION AUX MÉDIAS | |
| Éducation aux médias d'information (EAMI2211) | 5 |
| Médias, culture et réception (SYMB2212) (UE bisannuelle B1 et B2, organisée en 2020-2021) | 5 |
| Médias, philosophie et citoyenneté (ENJX2213) | 5 |
| MÉTHODOLOGIE DE LA RECHERCHE APPLIQUÉE | |
| Séminaire d'accompagnement du mémoire (SEMI2214) | 5 |
| ANALYSE DES MÉDIAS ET DE LEUR PUBLIC | |
| Régulation des médias et de l'éducation (REGU2215) | 5 |
| INTERVENTION PÉDAGOGIQUE EN ÉDUCATION AUX MÉDIAS | |
| Projet d'intervention en Éducation aux Médias (TRRN2115) | 5 |
| Analyse et approche socio-éducatives des pratiques ludiques (SOED2216) (UE bisannuelle B1 et B2, organisée en 2019-2020) | 5 |
| UNITÉ D'ENSEIGNEMENT À OPTION | |
| UE au choix dans une liste d'UE des programmes de l'IHECS | 5 |
| ACTIVITÉS D'INTÉGRATION PROFESSIONNELLE | |
| Stage (STEM2221) | 10 |
| Mémoire de fin d'études (MFEM2222) | 15 |



**MASTER EN COMMUNICATION
MANAGEMENT D'ÉVÉNEMENTS**

MASTER EN COMMUNICATION MANAGEMENT D'ÉVÉNEMENTS

Programme en 2 ans

| | CRÉDITS |
|------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| MA BLOC 1 | 60 |
| FONDEMENTS DE LA GESTION DE PROJETS | |
| Gestion de projets 1 : Méthodologie, principes et développement durable (PROJ2111) | 5 |
| Beheer van projecten 2 : Specifieke technieken in evenementen (PROJ2125) | 5 |
| Personeelsbeheer (GERH2123) | 5 |
| Méthodologie de la recherche (TFE) (TFME2111)* | 5 |
| Gestion technique (TECH2116) | 5 |
| Gestion logistique (LOGI2122) | 5 |
| Atelier de recherche, création et écriture (RECH2115) | 5 |
| DOMAINE D'APPLICATION DE L'ÉVÉNEMENT | |
| Comptabilité appliquée au champ culturel (COMP2114) | 5 (ULB) |
| Promotion de l'événement (PROM2124) | 5 (ULB) |
| COMMUNICATION ÉVÉNEMENTIELLE | |
| Relations Presse (DOCS2126) | 5 |
| Research & case studies in event (RESE2121) | 5 |
| MA BLOC 2 | 60 |
| FONDEMENTS DE LA GESTION DE PROJETS | |
| Méthodologie de la recherche (TFE) (TFME2211)* | 5 |
| Atelier de production (APRO2211)* | 5 |
| DOMAINE D'APPLICATION DE L'ÉVÉNEMENT | |
| Sponsoring and Financing (FINS2213) | 5 |
| Droit appliqué au champ culturel (DROI2214) | 5 (ULB) |
| Enjeux digitaux et atelier de production (ENDI2215) | 5 |
| Communication corporate (CORP2112) | 5 (ULB) |
| Risk management (RISK2126) | 5 |
| ACTIVITÉS D'INTÉGRATION PROFESSIONNELLE | |
| Mémoire projet événementiel (PROJ2219) | 10 |
| Stage (STME2227) | 10 |
| TFE (MTME2228) | 10 |
| COURS À OPTION (1 MINIMUM) | |
| City branding & City Marketing (CITY2216) | 5 |
| Prestige events (PRES2216) | 5 |
| L'événement public (EVPU2216) | 5 |

* L'ancienne unité Préparation au TFE (10 crédits) est décomposée en deux unités de 5 crédits (Méthodologie de la recherche et Atelier de production).
L'unité Méthodologie de la recherche est donné en 2019-2020 aux étudiants de MA1 et MA2.
À partir de 2020-2021, cette unité sera donnée uniquement en première année de Master.



**PROGRAMME ÉTUDIANTS
EN ÉCHANGE IN**

PROGRAMS FOR INTERNATIONAL STUDENTS

Classes shared with students of IHECS

Classes created for exchange students at IHECS

FALL SEMESTER SEPTEMBER–DECEMBER

| REF. | COURSE TITLE | ECTS | LANGUAGE |
|----------|----------------------------------------------------------------------------------|------|------------|
| WELC0011 | *Welcome session and integration week: courses, seminars and visits ¹ | 4 | ENG |
| IMFR0012 | *French immersion week: language course ¹ | 4 | FR |
| GROU2215 | Communication of European interest groups | 5 | ENG |
| KNOW2213 | Knowledge Management and Business Intelligence | 5 | ENG |
| INNO2216 | Change and Innovation Management | 5 | ENG |
| CULS2210 | Cultural studies | 5 | ENG |
| CUCO2211 | Cultures for communication | 5 | ENG |
| VEST2212 | Vested interest and current affairs | 5 | ENG |
| FINS2213 | Financing and sponsoring | 5 | ENG |
| GEND1219 | Introduction to Gender Studies | 5 | ENG |
| ENGA1219 | Civic engagement | 5 | ENG |
| CENE2213 | International Politics in the Anthropocene (flexible timetable) | 5 | ECTS - ENG |
| PCPH0016 | *Practice course : Photography | 5 | ENG |
| PCTV0017 | *Practice course : Video | 5 | ENG |
| IWMM0015 | *Practice course : Multimedia | 5 | ENG |
| FREN0018 | *French language course | 5 | FR |

SPRING SEMESTER FEBRUARY–MAY/JUNE

| REF. | COURSE TITLE | ECTS | LANGUAGE |
|----------|-----------------------------------------------------------------------------------|------|----------|
| WELC0022 | * Welcome session and integration week: courses, seminars and visits ¹ | 4 | ENG |
| EICF0021 | EU public communication strategies | 5 | ENG |
| EUCU0022 | Europe's Culture and its Specificities | 5 | ENG |
| RESE2122 | Research and Case Studies in PR | 5 | ENG |
| LGPU2115 | Issues in Digital Marketing Communication ² | 5 | ENG |
| CULG2122 | Globalization | 5 | ENG |
| ENGA1229 | Civic engagement | 5 | ENG |
| DIJ0027 | Diving into Investigative Journalism | 5 | ENG |
| PCPH0023 | *Practice course: Photography | 5 | ENG |
| PCTV0024 | *Practice course: Video | 5 | ENG |
| PCMM0025 | *Practice course: Multimedia | 5 | ENG |
| FREN0026 | *French language course | 5 | FR |

* For those classes, registration is mandatory:

- For Fall semester, please register before the 1st of May.
- For Spring semester, please register before the 1st of November.

¹ Beginning of Semester

² Only for students with high level in digital advertising

LISTE DU PERSONNEL ENSEIGNANT

Liste établie en date du 20 juin 2019

DIRECTION

Luc DE MEYER, *Directeur*
Jean-François RASKIN, *Administrateur général*
Frédéric MOENS, *Directeur des Études*
John VAN TIGGELEN, *Directeur adjoint*

RESPONSABLES MASTERS

Mélanie LALIEU, *Présidente du Master en Animation socio-culturelle et Éducation permanente*
Patrick VERNIERS, *Président du Master en Éducation aux Médias*
Nordine NABILI, *Président du Master en Journalisme*
Patrick VANDOORNE, *Président du Master en Management d'Événements*
Pierre MATHELART, *Président du Master en Publicité et Communication commerciale*
Elise LE MOING-MAAS, *Présidente du Master en Relations publiques*

COMMUNICATION

Amandine BISQUERET, *Chargée de communication*
Morgane PAUWELS, *Assistante en communication*
Benjamin CIVILIA, *Assitant en communication*

PERSONNEL ACADÉMIQUE

Luc BAUGNIET
Nicolas BAYGERT
Patricia BOUTEILLER
Georg BRANDT
Natacha BRIXY
Emmanuelle BYVOET
Baptiste CAMPION
Barbara de CAMPOS
Pascal CHABOT
Luca COPETTI
Aurore DAL MAS
Talheh DARYANAVARD
Amandine DEGAND
Justine DE KNOOP
Camille DELEFORTRIE
Johann DELFERIERE
Hubert DELOUVROY
Luc DE MEYER
Anne DENEUBOURG
Françoise ERNOTTE
Caroline GODART
Yvan HANON
Jean-Claude JOURET
Bertrand LACROIX
Mélanie LALIEUX
Florence LECOMTE
Valérie LECOUTURIER
Elise LE MOING - MAAS
Dorian LEYNEN
Catherine LYCOPS
Nora de MARNEFFE
Thierry MAROIT
Frédéric MOENS
Eric de MOFFARTS
Frédéric NOEL
Laetitia PAILLÉ
Serge PAULUS
Anne PITTOMVILS
Sophie POCHET
Laurent POMA
Isabelle RASKIN
Jean-François RASKIN
Berdien SCHEPERS
Sébastien SCHMITZ
Marc SINNAEVE
Anne TOUSSAINT
Anne VAN MARSENILLE
Dominique VANDERCAMMEN
John VAN TIGGELEN
Patrick VERNIERS
Vinciane VEROUGSTRAETE
Laurence VINCENT
Pierre de VILLERS
Luc VUYLSTEKE
Mathieu de WASSEIGE
Emmanuel WATHELET

PROFESSEURS INVITÉS

Guillaume ABGRALL
Audrey ADAM
Laure AJZENMAN
Juan ARCAS
Olivier ARIFON
Albert ARIJS
Myriam AZAR
Olivier BAILLY
Anthony BARBARICH
Frédéric BASTIEN
Nicolas BATAILLE
Alexia BAUM
Gilles BAUWENS
Mathias BEKE
Ahmed BELHALOUMI
Evelyne BEVORT
Pauline BEUGNIES
Nicolas BINDELLE
Michel BRIES
Damien BODART
Eric BOEVER
Daniel BONVOISIN
Christian BOUCQ
Jean-Pascal BOUILLON
Olaf BRUNS
Jonathan BUSCARLET
Coralie BUXANT
Nicolas BUYTAERS
Jean-Luc CAMBIER
Benjamin CAMBRON
Caroline CARPENTIER
Jacqueline CATTOOR
Samuel CHAPPEL
Olivier CHAPPUT
Isabelle CHRISTIAENS
Bruno CLEMENT
Martine CLERCKX
Quentin COECKELBERGHS
Yves COLLARD
François CORBIAU
Nathalie COURVILLE
Christophe CRASSELTS
Gilles DAL
Ludivine DAMAY
Stéphane DANIEL
Marc DAUSSIONT
Dorian de MEEUS
Michel DE MUELENAERE
Delphine DE RIDDER
Paul de THEUX
Arnaud DEBISSCHOP
Vincent DELCORPS
Hélène DELFORGE
Carl DE GUSSEM
Marc DE HAAN
Jean-François DE JEMEPPE
Jean-Charles DELLA FAILLE
Philippe DELMOTTE
Charles-Louis DE LOVINFOSSÉ
Solange DE MESMAEKER
Valérie DE NORRE
Bernard DERENNE
Olivier DE ROECK
Serge DIELENS
Corentin DI PRIMA
Stéphanie DUJARDIN
Alice DULCZEWSKI
Thierry DUPIEREUX-FETTWEIS
Raphaël DUMONT
Barbara DUPONT
Esther DURIN
Pierre ECHARD
Wilfrid ESTEVE
Magda FAHSI
Anne FESTRAETS
Ophélie FONTANA
Benoît FRANCHIMONT
Jean-Michel FRAYLICH
Alexandre FREDERICK
Christophe GABRIEL
Thomas GADISSEUX
François GEMENNE
Amélie GENIN
Gaspard GIERSE
Christophe GILTAY
Gaëtan GODART
Pascal GOFFAUX
Gaëtan GRAS
Laurence GREVESSE
Brigitte GRIGNET
Yvan GUERDON
Brieuc GUFFENS
Emmanuel GUILLAUME
Fabienne GUILLAUME
Nicolas HAMBLENNÉ
Salma HAOUCH
Bernard HAYETTE
Claire HENNES
Jules HENRY
Alain HEUREUX
Marc HOOTELE
Renaud HUBERLANT
Anne-Marie IMPE
Franck ISTASSE
Jean-Pierre JACQMIN
Pierre JASSOGNE
Roger JOB
Pierre-Ambroise JONES
Nicolas KESZEI
Alexander KONDRATOV
Antonella LACATENA
Sébastien LACOMBLEZ
Nicolas LACROIX
Philippe LALOUX
Joëlle LANCELOT
Sophie LAMBERT
Georges LAUWERYS
Florent LE DUC
Aurélien LÉBOURG
Julien LÉCOMTE
Jean-François LÉCONTE
Jean-Paul LEFEVBRE
Jonas LEGGE
Pauline LEMAIRE
Valérie LEMAITRE
Emmanuelle LENEL
Laura LÉPRETRE
Jelle LEUNIS
Anne-Sophie LEURQUIN
Joëlle LIBERMAN
Bruno LIESSE
Bernard LOBET
Bart LOMBAERTS
Augustin LOMBART
Frédéric LOORE

Grégoire LORY
 Charlotte MAISIN
 Dominique MANGIATORDI
 Jonathan MANZITTO
 Agnès MAQUA
 Michaël MARCHAND
 Peter MAST
 Pierre MATHELART
 Joël MATRICHE
 Edouard MEIER
 Tanja MILEVSKA
 Pascal MINOTTE
 Gilbert MONOD de FROIDEVILLE
 Nordine NABILI
 Hervé PAQUES
 Laura PETITJEAN
 Frank PIEROBON
 Vincent PITTARD
 Olivier PONTEVILLE
 Bernard PUTTAERT
 Thi Diem QUACH
 Stéphanie RADOCHITZKI
 Jérôme RAMACKER
 Martin REIZER
 Patrick REMACLE
 Laurent RIGHETTI
 Johan ROELS
 Jonathan ROMAIN
 Antoine SAUTELET
 Radjiny SCHILTZ
 Jean SCHMETS
 Daniel SCHOTZ
 Flory-Anne SCHRIJNEMAKERS
 Peggy SIMONO
 Henri SIMONS
 Jean-Luc SOILLE
 Benjamin SORNIN de LEYSAT
 Cathérine SOUDON
 Olivier TAHIR
 Raphaël THYS
 Emilie TIBODO
 Damien VAN ACHTER
 Mikaël VAN EECKHOUDT
 Bernard VANDENHOOFDEN
 Vassilia VAN DER HEYDEN
 Jerry VANDEVELDE
 Patrick VANDOORNE
 Kevin VAN NUFFEL
 Erik VANTAL
 Sébastien VANWELDE
 Maxime VAUDANO
 Juan VERLINDEN
 Hervé VERLOES
 Eric VERMEERSCH
 Glenn VINCENT
 Julien VLASSEN BROECK
 Cécile WALSCHAERTS KRANZER
 Stéphane WANUFEL
 Melchior WATHELET
 Anne WATTHEE
 Benjamin WATTEAUX
 Eric WILLEM
 Véronique WILLEMS
 Alexiane WYNS
 Caroline ZICKGRAF

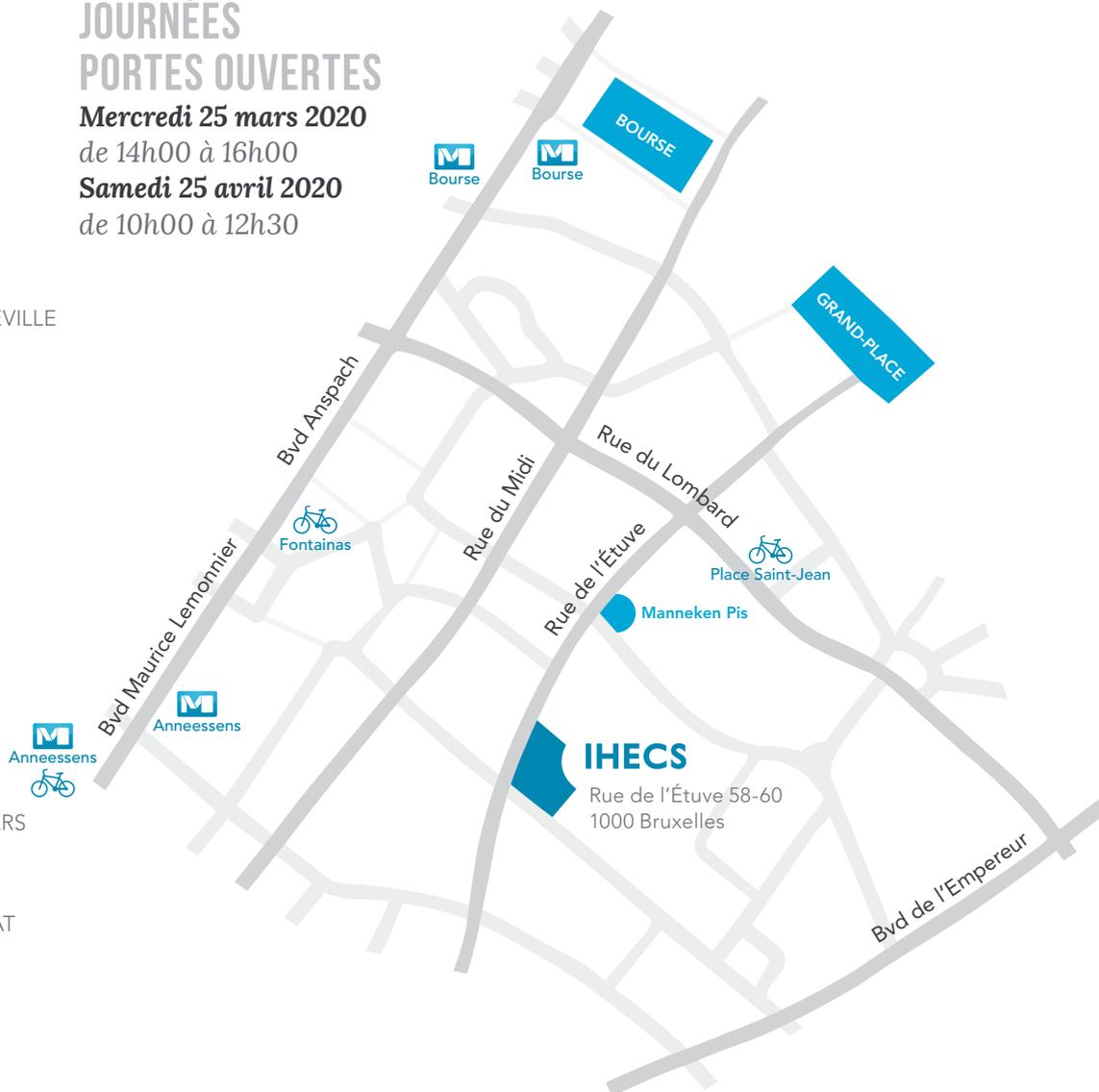
JOURNÉES PORTES OUVERTES

Mercredi 25 mars 2020

de 14h00 à 16h00

Samedi 25 avril 2020

de 10h00 à 12h30



LOCALISATION ET ACCÈS

L'IHECS est situé à 300 mètres de la Grand-Place de Bruxelles et bénéficie d'un réseau de transport en commun étendu.

EN TRAIN :

- Gare Centrale (10 minutes)
- Gare du Midi (15 minutes)
- Gare de la Chapelle (5 minutes)

EN VILLO :

- Station 9 - Anneessens
- Station 34 - Fontainas
- Station 36 - Place Saint-Jean

EN TRAM :

- Pré-métro Anneessens

EN MÉTRO :

- Gare Centrale
- Station De Brouckère

EN BUS :

- Ligne 38, 48, 95, 96

Pour les vélos et motos, l'IHECS dispose d'emplacements à accès réglementé.

