

2020-2021



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 2020-2021, quelques 200 places seront proposées aux étudiants de l'IHECS désirant étudier un semestre à l'étranger.

Des bourses de stages ERASMUS, 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 médiatique 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 prévalant 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
MÉDIAS : ANALYSE, CODE & LANGAGES (CODE1101)	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 - PLAS1219 - ARAB1219 - QECO1219 - 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 et 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 - EES1316)	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
Analyse socio-politique du monde arabe contemporain (ARAB1219)	5
Formes plastiques (PLAS1219)	5
Les enjeux économiques de la question écologique (QECO1219)	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 (FDP1327) 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 (PSP1315) ASCEP : Approches des terrains sociaux et culturels (PSAS1315)	5
Expression écrite III PI : Écritures journalistique et académique (EPI1316) RP : Rédaction de rapport (EERP1316) PUB : Rapports d'agences (EPU1316) ASCEP : Rapport d'observation (EAS1316)	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	
Déontologie des médias et enjeux de l'activité informationnelle (DEON2112)	5
Approfondissement de l'actualité (APRO2103)	5
Analyse des formes et récits journalistiques (RECI2124)	5
Géopolitique de l'Europe (GEOE2121)	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	
COURS GÉNÉRAUX	
Un cours à choix Hedendaagse uitdagingen van de Europese Unie (DAAG2212) Vested Interest and Current Affairs (VEST2112)	5
Au choix 2 unités parmi International politics in the anthropocene (CENE2113) Journalisme européen : processus décisionnels et sources d'information européenne (JEUR2213) Culture et religions (RELI2213) Journalisme local et régional : les enjeux de l'information de proximité (partenariat avec Le Soir) (REGI2214) Open source intelligence (OSINT) : des outils pour l'investigation en ligne (partenariat avec Le Monde) (DATA2213) Théorie de l'espace public et de la démocratie : enjeux européens (ESPU2213)	10
ACTIVITÉS D'INTÉGRATION PROFESSIONNELLE	
Préparation aux TFE II (PFPI2202)	6
Stage (STPI2221)	10
Mémoire médiatique (MMPI2211)	10
Mémoire théorique (MTPI2222)	10
MÉDIAS ET TRAINING	
Trois projets à choisir (soit 9 crédits, 3 par projet) parmi Journalisme local et régional, enquête en partenariat avec Le Soir (REPO2214) L'investigation en audiovisuel (INVE2216) Journalisme sportif (SPOR2215) Couvrir une plénière au Parlement européen (PARL2215) Journalisme culturel : couvrir le FIFF (en partenariat avec la RTBF et la HELB) (FIFF2215) Approche du journalisme vivant (VIVA2215)	9



**MASTER EN COMMUNICATION
APPLIQUÉE SPÉCIALISÉE
RELATIONS PUBLIQUES**

MASTER EN COMMUNICATION APPLIQUÉE SPÉCIALISÉE

RELATIONS PUBLIQUES

Programme en 2 ans

	CRÉDITS
MA BLOC 1	60
FONDEMENT DES RELATIONS PUBLIQUES	
Connaissance de l'organisation et enjeux de la communication (ORGA2111)	5
Enjeux numériques (NUME2122)	5
Stratégie de communication (STRA2116)	5
Recommandation stratégique et stakrit média (RECO2114)	5
MÉDIAS	
Connaissance de la presse, relations presses et influenceurs, ateliers (DOCS2111)	5
Content et storytelling (CONT2117)	5
Argumentation et prise de parole (ARGU2124)	5
Brand positionnement (MARQ2125)	5
ACTIVITÉS D'INTÉGRATION PROFESSIONNELLE	
Semaine d'intégration, préparation stage (STAG2216)	
ACTIVITÉ DE RECHERCHE ET D'ANALYSE	
Méthode de recherche en SIC (METH2113)	5
DOMAINES D'APPLICATION DES RELATIONS PUBLIQUES	
Au choix 2 unités parmi :	10
Communication événementielle (EVEN2115)	
Communication et management interculturels (INTER2118)	
Communication politique (CPOL2124)	
Communication interne (INTE2125)	
Risk management et communication de crise (RISQ2129)	
Une unité en langue parmi :	5
Milieucommunicatie (MILI2126)	
Werbung un PR (WERB2126)	
MA BLOC 2	60
FONDEMENTS DES RELATIONS PUBLIQUES	
Séminaire : créativité stratégie de communication / campaigning sur les réseaux sociaux (SEMI2218)	5
MÉDIAS	
Mémoire médiatique RP : Ateliers de production (PROD2211)	10
ACTIVITÉS D'INTÉGRATION PROFESSIONNELLE	
Stage (STAG2221)	10
ACTIVITÉ DE RECHERCHE ET D'ANALYSE	
Mémoire théorique (THEO2222)	15
DOMAINE D'APPLICATION DES RELATIONS PUBLIQUES	
Choisir un domaine parmi les trois suivants :	
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 stratégique des institutions européennes (POLI2212)	5
RSE : Management et communication durable	
Communication et responsabilité sociétale des entreprises (RSEP2114)	5
Redirection écologique dans l'anthropocène : enjeux pour les organisations et principes d'une communication durable (ATHR2215)	5
Thought leadership et accom-pagnement du changement : innovation et durabilité (LEAD2216)	5
Développement personnel et motivation : RSE et salariés (MOTI2217)	5
eRP et Date Intelligence	
Gestion de la présence sur les réseaux sociaux (RESO2213)	5
Maîtrise des canaux externes de communication (CANX2214)	5
Data-driven PR (DATA2215)	5
Conception d'application mobile & site web (MOBI2217)	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 (AMED2126)		20
MA BLOC 2		60
FONDEMENTS DE LA PUBLICITÉ & DE LA COMMUNICATION COMMERCIALE		
Préparation du mémoire médiatique : volet stratégique (MAIL2211)		5
Préparation du mémoire médiatique : budgétisation et insights (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		
Graphic & brand design (GRBD2216)		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) (CULG2121)	5
Nouveaux modèles économiques du secteur socioculturel (MODE2122)	5
Questions spéciales de l'animation socioculturelle et de l'éducation permanente (QASP2112)	5
Structure internationale (INTER2123)	5
Droit du secteur socioculturel (DROIT2125)	5
MÉTHODOLOGIE D'APPROCHE DES TERRAINS ET PROJETS DE L'ANIMATION SOCIOCULTURELLE ET DE L'ÉDUCATION PERMANENTE	
Préparation aux TFE I (TFAS2101)	5
Médias et approches des terrains socioculturels (TERR2124)	5
PROJETS DE PRODUCTION MÉDIATIQUE ET ACTIVITÉS D'INTÉGRATION PROFESSIONNELLES	
Projets et ateliers de production médiatique (ATAS2102)	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
Espace public, philosophie et citoyenneté (ENJX2213)	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
Art outsider, rapport sociaux à la marge (ARTO2215)	5
L'événement public (EVPU2216)	5
International politics in the Antropocene (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 (MMAS2212)	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, prospectives 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 (ANIM2210)	5
Théorie appliquée de la médiation culturelle (TMEC2211)	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
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) (en collaboration avec la section ASCEP)	5
Techniques pédagogiques et didactique de l'Éducation aux Médias (PEDI2124)	5
Identité culturelle et usages médiatiques (UCL : LCOMU2618)	5
MA BLOC 2	60
FONDEMENTS DE L'ÉDUCATION AUX MÉDIAS	
Éducation aux médias d'information (EAMI2211)	5
Structures internationales et relation Nord-Sud (INTER2123) (en collaboration avec la section ASCEP)	5
Espace public, 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
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) (TFME2123)	5
Gestion technique (TECH2116)	5
Gestion logistique (LOGI2113)	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
Communication Corporate (CORP2112)	5 (ULB)
MA BLOC 2	60
FONDEMENTS DE LA GESTION DE PROJETS	
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 (ENDI2215)	5
Risk management (RISK2212)	5
ACTIVITÉS D'INTÉGRATION PROFESSIONNELLE	
Mémoire projet événementiel (PROJ2219)	10
Stage (STME2227)	10
TFE (MTME2228)	10
COURS À OPTION (1 MINIMUM)	
Prestige events (PRES2216)	5
L'événement public (EVPU2216)	5



**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	3	ENG
IMFR0012	*French immersion week: language course ¹	2	FR
GROU2215	Communication of European interest groups	5	ENG
CULS2210	Cultural studies	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
PCTV0017	*Practice course : Video	5	ENG
PCPH0016	*Practice course : Photography	5	ENG
IWMM0015	*Practice course : Multimedia	5	ENG
FREN0018	*French language course	5	FR
PCPH0016	*Workshop : Photography «Being 20»	5	ENG

SPRING SEMESTER FEBRUARY-MAY/JUNE

REF.	COURSE TITLE	ECTS	LANGUAGE
WELC0022	* Welcome session and integration week: courses, seminars and visits ¹	3	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
CUCO2211	Culture for communication	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: Mutlimedia	5	ENG
PCPH0016	*Workshop: Photography «Being 20»	5	ENG
FREN0026	*French language course	5	FR

* For thoses 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 10 septembre 2020

DIRECTION

Luc DE MEYER, *Directeur*

Jean-François RASKIN, *Administrateur général*

Frédéric MOENS, *Directeur des Études*

RESPONSABLES MASTERS

Mélanie LALIEU, *Présidente du Master en Animation socio-culturelle et Éducation permanente*

Emmanuel WATHELET, *Président du Master en Éducation aux Médias*

Nordine NABILI, *Président du Master en Journalisme*

Patrick VANDOORNE, *Président du Master en Management d'Événements*

Didier ACKERMANS, *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

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
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
Frédéric NOEL

Laetitia PAILLÉ
Serge PAULUS
Anne PITTMVILS
Sophie POCHE
Laurent POMA
Isabelle RASKIN
Jean-François RASKIN
Berdien SCHEPERS
Sébastien SCHMITZ
Marc SINNAEVE
Anne TOUSSAINT
Anne VAN MARSENILLE
Dominique VANDERCAMMEN
John VAN TIGGELEN
Vinciane VEROUGSTRAETE
Pierre de VILLERS
Luc VUYLSTEKE
Mathieu de WASSEIGE
Emmanuel WATHELET

PROFESSEURS INVITÉS

Guillaume ABGRALL
Audrey ADAM
Laure AJZENMAN
Olivier ARIFON
Myriam AZAR
Olivier BAILLY
Anthony BARBARICH
Christopher BARZAL
Frédéric BASTIEN
Nicolas BATAILLE

Laurence BATEN
Alexia BAUM
Gilles BAUWENS
Charlotte BEECKMANS
Mathias BEKE
Ahmed BELHALOUMI
François BELLENS
William BERNARD
Evelyne BEVORT
Pauline BEUGNIES
Nicolas BINDELLE
Stefan BISOUX
Michel BRIES
Magaly BRIFFOZ
Damien BODART
Eric BOEVER
Daniel BONVOISIN
Juliette BOUIDOT
Jean-Pascal BOUILLON
Olaf BRUNS
Baptiste BUIDIN
Jonathan BUSCARLET
Nicolas BUYTAERS
Jean-Luc CAMBIER
Benjamin CAMBRON
Mathieu CARDON
Caroline CARPENTIER
Jacqueline CATTOOR
Samuel CHAPPEL
Olivier CHAPPUT
Sophie CHEVALIER
Isabelle CHRISTIAENS
Bruno CLEMENT
Martine CLERCKX
Chloé CLOPE
Philippe CLOSE
Quentin COECKELBERGHS
Yves COLLARD
Jean COMTE
François CORBIAU
Nathalie COURVILLE
Christophe CRASSELTS
Gilles DAL
Mélanie DALLA RIVA
Ludivine DAMAY
Nicolas DAMIEN
Stéphane DANIEL
Evelyne DAOUT
Marc DAUSSIONT
Dorian de MEEUS
Michel DE MUELENAERE
Delphine DE RIDDER
Paul de THEUX
Arnaud DEBISSCHOP
Benjamin DECEUNINCK
Jo DELANOY
Vincent DELCORPS
Hélène DELFORGE
Carl DE GUSSEM
Marc DE HAAN
Jean-François DE JEMEPPE
Jean-Charles DELLA FAILLE
Philippe DELMOTTE
Charles-Louis DE LOVINFOSSE
Solange DE MESMAEKER
Eric DE MOFFARTS
Valérie DE NORRE
Roberto DE PRIMIS
Bernard DERENNE

Marie DESJARS
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
Régine FLORENT
Ophélie FONTANA
Benoît FRANCHIMONT
Alexandre FREDERICK
Julien FREDERICKS
Alain FRISSON
Christophe GABRIEL
Thomas GADISSEUX
Céline GAUTHIER
Guillaume GAUTHIER
François GEMENNE
Amélie GENIN
Gaspard GIERSE
Christophe GILTAY
Gaëtan GODART
Nicolas GODART
Pascal GOFFAUX
Gaëtan GRAS
Laurence GREVESSE
Brigitte GRIGNET
Yvan GUERDON
Brieuc GUFFENS
Emmanuel GUILLAUME
Fabienne GUILLAUME
David HACHEZ
Nicolas HAMBLLENNE
Pascal HANSENS
Salma HAOUCH
Bernard HAYETTE
Claire HENNES
Jules HENRY
Serge HERCEK
Alain HEUREUX
Marc HOOTELE
Sandro IMPARATO
Anne-Marie IMPE
Franck ISTASSE
Jean-Pierre JACQMIN
Adrien JAHIER
Pierre JASSOGNE
Delphine JENART
Roger JOB
Pierre-Ambroise JONES
Nicolas KESZEI
Alexander KONDRATOV
Tomislav KORMAN
Mateusz KUKULKA
Antonella LACATENA
Sébastien LACOMBLEZ
Nicolas LACROIX
Philippe LALOUX
Joëlle LANCELOT
Sophie LAMBERT
Georges LAUWERYS
Florent LE DUC

Aurore LECHIEN
 Julien LECOMTE
 Jean-François LECONTE
 Nathalie LEDUR
 Jean-Paul LEFEVBRE
 Jonas LEGGE
 Pauline LEMAIRE
 Valérie LEMAITRE
 Emmanuelle LENEL
 Laura LEPRETRE
 Jelle LEUNIS
 Anne-Sophie LEURQUIN
 Sarah LEVIN
 Joëlle LIBERMAN
 Bruno LIESSE
 Briec LITS
 Bernard LOBET
 Bart LOMBAERTS
 Augustin LOMBART
 Frédéric LOORE
 Grégoire LORY
 Florence MANENTE
 Dominique MANGIATORDI
 Jonathan MANZITTO
 Agnès MAQUA
 Michaël MARCHAND
 Maude MARECHAL
 Philippe MASSART
 Peter MAST
 Benoît MATHIEU
 Joël MATRICHE
 Edouard MEIER
 Patrick MICHEL
 Tanja MILEVSKA
 Pascal MINOTTE
 Patrick MONJOIE
 Gilbert MONOD de FROIDEVILLE
 Isabel MORENO
 Nordine NABILI
 Hervé PAQUES
 Laure PAYEN
 Laura PETITJEAN
 Frank PIEROBON
 Chloé PIERRARD
 Vincent PITTARD
 Olivier PONTEVILLE
 Augustin PRAET
 Pierre PRINGELS
 Bernard PUTTAERT
 Thi Diem QUACH
 Stéphanie RADOCHITZKI
 Jérôme RAMACKER
 Patrick REMACLE
 Laurent RIGHETTI
 Johan ROELS
 Jonathan ROMAIN
 Antoine SAULETEL
 Radjiny SCHILTZ
 Jean SCHMETS
 Remy SCHMITZ
 Daniel SCHOTZ
 Flory-Anne SCHRIJNEMAKERS
 Peggy SIMONO
 Henri SIMONS
 Guy SIRJACBOS
 Jean-Luc SOILLE
 Benjamin SORNIN de LEYSAT
 Cathérine SOUDON
 Olivier TAHIR

Alexandra TESTON
 Raphaël THYS
 Emilie TIBODO
 Christopher TOUTIN
 Jean VALET
 Damien VAN ACHTER
 Alex VAN DE WAL
 Fabian VAN DE WAL
 Sasha VAN DER BORCHT
 Mikaël VAN EECKHOUDT
 Jan VAN HEEL
 Fabian VAN HOUCHE
 Bernard VANDENHOOFDEN
 Vassilia VAN DER HEYDEN
 Jerry VANDEVELDE
 Kevin VAN NUFFEL
 Erik VANTAL
 Sébastien VANWELDE
 Frederico VARRASSO
 Maxime VAUDANO
 Mark VERHEUL
 Juan VERLINDEN
 Hervé VERLOES
 Eric VERMEERSCH
 Caroline VEYT
 Glenn VINCENT
 Julien VLASSEN BROECK
 Pierre WALKIERS
 Eric WALRAVENS
 Cécile WALSCHAERTS KRANZER
 Stéphane WANUFEL
 Melchior WATHELET
 Anne WATTHEE
 Aline WAVREILLE
 Benjamin WATTEAUX
 Eric WILLEM
 Véronique WILLEMS
 Alexiane WYNS
 Caroline ZICKGRAF

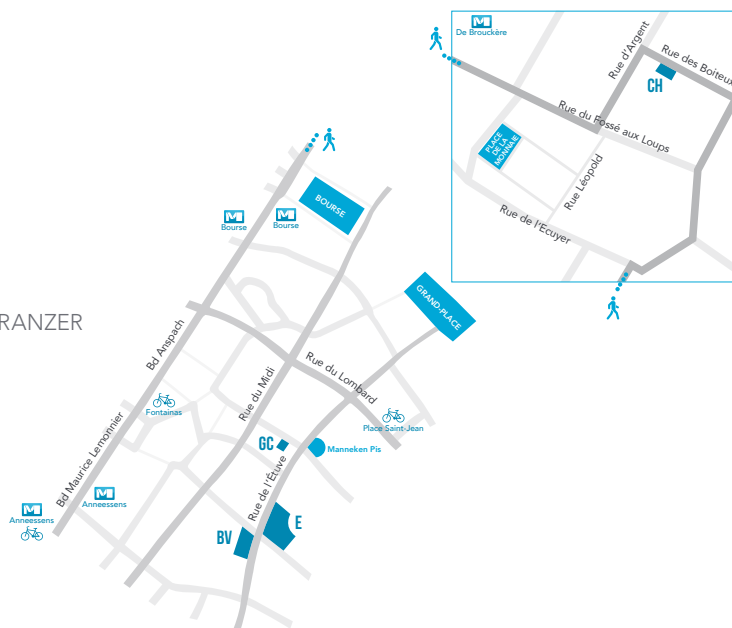
JOURNÉES PORTES OUVERTES

31 mars 2021

de 14h00 à 16h00

24 avril 2021

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.

