



2025-2026

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
■ MASTERS EN COMMUNICATION APPLIQUÉE SPÉCIALISÉE	14
■ RELATIONS PUBLIQUES	14
■ PUBLICITÉ ET COMMUNICATION COMMERCIALE	16
■ COMMUNICATION CULTURELLE ET SOCIALE (ASCEP)	18
■ ÉDUCATION AUX MÉDIAS	20
■ MANAGEMENT D'ÉVÉNEMENTS	22
■ PROGRAMME ÉTUDIANTS EN ÉCHANGE IN	24
■ PROGRAMS FOR INTERNATIONAL STUDENTS	25
■ LISTE DU PERSONNEL ENSEIGNANT	26
■ LOCALISATION ET ACCÈS	28



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.

Remarque : Dans le souci du respect de tous et avec une volonté de lisibilité, le présent programme utilise une formulation inclusive dès qu'il s'agit de désigner une personne (ainsi, il parle de l'étudiante et l'étudiant) ; toutefois, lorsqu'un groupe est visé, la formulation opte pour un épique grammatical (il est alors question des étudiants).



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'étudiante et 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'étudiante et l'étudiant construisent leur parcours personnel. Dès la deuxième année, dans le respect d'une logique de prérequis, ils construisent leur programme en sélectionnant les unités d'enseignement proposées qui le composent ; ils poursuivent cette élaboration durant la troisième année où ils choisissent aussi une préorientation qui les introduit au master auquel ils se destinent (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 communication culturelle et sociale,
- 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 effectué 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'étudiante et l'étudiant construisent leur parcours à travers les choix qui leur sont proposés

tout au long des deux années de formation ; le programme qu'ils élaborent leur permet de se bâtir une identité propre.

- Le choix du master n'est pas une urgence : il peut être mûrement réfléchi tout au long des années de premier cycle.

MOBILITÉ INTERNATIONALE

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

Pour l'année 2025-2026, près de 250 départs sont prévus pour les étudiants de l'IHECS qui désirent étudier un semestre à l'étranger.

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



L'IHECS FORME AU JOURNALISME ET À LA COMMUNICATION

NOS SPÉCIFICITÉS

UNE COMMUNICATION APPLIQUÉE

L'enseignement à l'IHECS 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 appliquée, concrète, mais aussi générale 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'IHECS, 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 étudiante et 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 concernent 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 bacheliers 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, 55 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 50 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'étudiante et l'étudiant au fur et à mesure de leur 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 des multiples 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 activité 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. L'étudiant doit valider les 60 premiers crédits endéans deux années, il reste inscrit en première année tant qu'il n'a pas validé l'ensemble de ces 60 premiers crédits (même s'il peut, sous condition, suivre et valider des unités de la suite) ; 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 (HIST1117)	5
COMMUNICATION ET RHÉTORIQUE	
Expression écrite (I) et critique des sources (ECRI1108)	5
Narration et formes littéraires (NARA1129)	5
COURS DE LANGUES	
Anglais / Néerlandais ou Allemand (LANG1102)	10
CODES & LANGAGES MÉDIATIQUES (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.

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 - DSGN1219 - CNVT1219 - TEFL1219 - ENGA1219 - GENR1219 - IESN1219 - ESPA1219 - PDCA1219 - SCNR1219 - LGGE1219 - WORD1219)	5
COMMUNICATION ET RHÉTORIQUE	
Expression écrite (II) et traitement des sources (ECRI1207)	5
Argumentation, rhétorique et expression orale (ARGU1203)	5
COURS DE LANGUES	
Anglais / Néerlandais ou Allemand (LANG1202)	10
EXPRESSION(S) MÉDIATIQUE(S) (EXME1201)	15

BLOC 3	60
COURS THÉORIQUES DE BASE	
Linguistique et sémiologie (LING1325)	5
Anthropologie de la culture et de la communication (ANTH1313)	5
Management (MANA1321)	5
Préorientation section I (FDPI1327 - FDRP1327 - FDPUI327 - FDAS1327)	5
Préorientation section II (ACTU1316 - GPAG1318 - ENIN1318 - CULT1318)	5
COMMUNICATION ET RHÉTORIQUE	
Préorientation section III (EEPI1315 - EMRP1315 - COPY1315 - ARTD1315)	5
COURS DE LANGUES	
Anglais / Néerlandais ou Allemand (LANG1312)	5
Projets Langues (LANG1322)	5
DESIGN & COMMUNICATION NUMÉRIQUE	
Communication visuelle et interfaces numériques (DECO1311)	10
Création en communication numérique (DECO1321)	10

CRÉDITS

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

COURS À CHOIX

Langages du graphisme engagé (LGGE1219)	5
Introduction à l'écriture et à la réalisation audiovisuelle (SCNR1219)	5
Introduction à la communication politique (CRIT1219)	5
Information Design (DSGN1219)	5
Néerlandais spécialisé CNaVT (CNVT1219)	5
Anglais spécialisé TOEFL (TEFL1219)	5
Engagement citoyen (ENGA1219)	5
Introduction aux études de genre (GENR1219)	5
Introduction aux études sonores et musicales (IESN1219)	5
Espagnol (ESPA1219)	5
Photographie documentaire contemporaine & analyse d'images (PDCA1219)	5
Word et PowerPoint pour les métiers de la communication (WORD1219)	5
Events & Entertainment (EhB) (EHBE1212)	5
CultuurBXLculture (EhB) (EHBC1211)	5

PRÉORIENTATION - À CHOISIR PARMİ

Préorientation section I PI : Fondements du Journalisme (FDPI1327) RP : Fondements théoriques et études de cas en Relations Publiques (FDRP1327) PUB : Fondements de la Publicité et Communication Commerciale (FDPU1327) MACCS : Fondements de l'éducation permanente (FDAS1327)	5
Préorientation section II PI : Comprendre et traiter l'actualité (ACTU1316) RP : Gestion de projet, animation et dynamique de groupe (GPAG1318) PUB : Entrepreneuriat et incubation (ENIN1318) MACCS : Enjeux et perspectives de la culture (CULT1318)	5
Préorientation section III et activités d'intégration professionnelle PI : Découverte des métiers du journalisme (EETI1315) RP : Écosystème du milieu des RP en Europe (EMRP1315) PUB : Copywriting (COPY1315) MACCS : L'art du débat : positionnement, argumentation et dialogue (ARTD1315)	5

LISTE DES PRÉ- ET CO-REQUIS

Expression écrite I, prérequis à Expression écrite II
Cours de langue I, prérequis à Cours de langue II
Cours de langue II, corequis à Cours de langue III
Code & langages médiatiques, prérequis à Expression(s) médiatique(s)
Expression(s) médiatique(s), corequis de Design & communication numérique

**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 (ACTU2103)	5
Narratologie : analyse des formes et récits journalistiques (RECI2124)	5
Méthode de recherches (METH2110)	5
Modèle politique, économique et social belge (MODE2112)	5
Journalisme, IA et numérique (NUME2114)	5
Cours en langues à choisir parmi : Huidige problemen 1 (ACNL2123) Current affairs (ACGB2123)	5
PROJETS DE FIN D'ÉTUDES	
Mémoire médiatique I : pépinière de projets (MEMD2101)	3
Mémoire théorique I : accompagnement des projets (MENT2123)	2
ATELIERS ET PROJETS	
Ateliers de pratique journalistique I : Initiation aux différents langages médiatiques (ATPI2112)	10
Ateliers de pratique journalistique II : Parcours spécialisés au choix (ATPI2122)	10
MA BLOC 2	
60	
COURS GÉNÉRAUX	
Géopolitique (EURO2219)	5
Cours en langues à choisir parmi : Huidige problemen II (PROB2212) Cultural studies (CULS2215)	5
PROJETS DE FIN D'ÉTUDE	
Mémoire théorique II : accompagnement des projets (MENT2216)	3
Stages (STPI2221)	10
Mémoire médiatique (MMPI2211)	10
Mémoire théorique (MTPI2222)	10
Suivi du mémoire médiatique et insertion professionnelle (PROF2216)	2
ATELIERS ET PROJETS	
Projet thématique à choisir parmi : Politique : actualité politique (POLI2211) Culture : couvrir le festival des libertés (CULT2211) Sport : couverture live et radiophonique (SPOR2211) OSINT : découverte des techniques d'enquête en ligne (OSIN2211)	5
Parcours de spécialisation à choisir parmi : Journalisme européen : dans les coulisses du Parlement (EURO2215) Investigation collaborative et Datajournalisme (OSIN2212)* Bruxelles : enquête en Partenariat avec Le Soir (SOIR2214) Mook : projet de presse écrite, photojournalisme et graphisme (MOOK2213) Newsroom : au coeur de l'actu avec Mammouth Média (NEWS2216)	10
*Prérequis : OSIN2211	

**MASTER EN COMMUNICATION
APPLIQUÉE SPÉCIALISÉE
RELATIONS PUBLIQUES**

MASTER EN COMMUNICATION APPLIQUÉE SPÉCIALISÉE

RELATIONS PUBLIQUES

Programme en 2 ans

	CRÉDITS
MA BLOC 1	60
ORGANISATION	
Communication corporate (CORP2111)	5
Humanités numériques (NUME2121)	5
Stratégie de communication (STRA2111)	5
Recommandation stratégique (RECO2121)	5
RELATIONS	
Communication interne (INTE2121)	5
Argumentation et prise de parole (ARGU2101)	5
Connaissance de la presse, Relations presse et influenceurs (DOCS2111)	5
ACTIVITÉS D'INTÉGRATION PROFESSIONNELLE	
Trendlab (TREN2121)	5
ACTIVITÉ DE RECHERCHE ET D'ANALYSE	
Méthode de recherches (METH2110)	5
Accompagnement et rédaction de l'article scientifique (ACRE2121)	5
DOMAINES D'APPLICATION DES RELATIONS PUBLIQUES (CHOISIR 1 UNITÉ)	
Communication politique (CPOL2121)	5
Communication événementielle (EVEN2121)	5
Communication et management interculturels (INTR2112)	5
COURS EN LANGUES (CHOISIR 1 UNITÉ)	
Milieuecommunicatie (MILI2111)	5
Werbung und PR (WERB2121)	5
MA BLOC 2	60
ORGANISATION	
Séminaire de communication de crise (SEMI2212)	5
Séminaire de professionnalisation à l'ère de l'intelligence artificielle (PRIA2211)	5
MÉDIAS	
Mémoire médiatique RP : Ateliers de production (PROD2212)	10
ACTIVITÉ D'INTÉGRATION PROFESSIONNELLE	
Stage (STAG2222)	10
ACTIVITÉ DE RECHERCHE ET D'ANALYSE	
Mémoire théorique (THEO2222)	15
OPTION DE SPÉCIALISATION (AU CHOIX)	
Communication et affaires européennes	
Mécanismes décisionnels communautaires (MECA2212)	5
Appels d'offres et gestion de projets européens (APPE2212)	5
Communication of European interest groups (GROU2212)	5
Communication stratégique des institutions européennes (POLI2212)	5
RSE : communication et transition	
Innovations managériales et motivation (MOTI2212)	5
Communication et RSE en entreprise (LEAD2212)	5
Construire et inspirer via les nouveaux récits (IMAG2212)	5
Citoyenneté et engagement (ACTI2212)	5
E-RP et Data intelligence	
Gestion de la présence et e-réputation sur les réseaux sociaux (RESO2212)	5
Maîtrise des canaux externes de communication (CANX2212)	5
Data-driven PR et social listening (DATA2212)	5
Nouvelles technologies créatives (NOUV2212)	5
Relations publiques dans le monde de l'art	
Initiation à l'histoire de l'art, en particulier à l'art contemporain (INHA2212)	5
Droit et fiscalité dans le monde de l'art (EDMA2212)	5
Écosystème du monde de l'art (EMAB2212)	5
Foires, salons, galeries et cercles d'art (RPMA2212)	5

A black and white photograph of three women in a collaborative work environment. One woman stands in the background, leaning over and pointing at a laptop screen. Two other women are seated in the foreground, looking at the screen and smiling. A bright yellow vertical bar runs along the right side of the image. The text 'MASTER EN COMMUNICATION' is in white, 'APPLIQUÉE SPÉCIALISÉE' is in white, 'PUBLICITÉ ET COMMUNICATION' is in yellow, and 'COMMERCIALE' is in yellow.

**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	
Comportement du consommateur (MACO2111)	5
Planification stratégique (PLCO2117)	5
Méthode de recherches (METH2110)	5
TECHNIQUES PROPRES À LA PUBLICITÉ & À LA COMMUNICATION COMMERCIALE	
Séminaire multilingue : publicité & communication commerciale (LGPU2125)	5
Content strategy (STRA2112)	5
Approches juridiques et éthiques de la communication publicitaire & commerciale (AJEP2111)	5
Marketing et innovation (MAIN2100)	5
ACTIVITÉS D'INTÉGRATION PROFESSIONNELLE	
Culture et compétences en publicité et communication commerciale (CCPC2113)	10
MÉDIAS ET TRAINING	
Stratégie médiatique et ateliers de production publicitaire & commerciale (AMED2126)	15
MA BLOC 2	
60	
FONDEMENTS DE LA PUBLICITÉ & DE LA COMMUNICATION COMMERCIALE	
Préparation du mémoire médiatique (MAIL2211)	5
Préparation du mémoire théorique (MEMT2213)	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
Challenge your Digital Marketing	Croissance stratégique et digitale (CSDI2216)
	5
	5
Challenge your Brand	Mediaplanning digital (MPLD2217)
	5
	5
Conceptualisation et créativité (COCR2218)	
	5
	5

**MASTER EN COMMUNICATION
APPLIQUÉE SPÉCIALISÉE
COMMUNICATION CULTURELLE
ET SOCIALE**

MASTER EN COMMUNICATION APPLIQUÉE SPÉCIALISÉE

COMMUNICATION CULTURELLE ET SOCIALE

Programme en 2 ans

CRÉDITS	
MA BLOC 1	60
FONDEMENTS ET PRATIQUES DE LA COMMUNICATION SOCIALE ET CULTURELLE	
Stratégies de communication et acteurs du secteur socioculturel et de l'éducation permanente (COMM2102)	5
Outils de gestion et d'animation de groupes (OGAG2122)	5
Méthode de recherches (METH2110)	5
ORIENTATION : AU CHOIX, SOIT L'ORIENTATION SECTEUR CULTUREL ET ARTISTIQUE, SOIT L'ORIENTATION SECTEUR À PROFIT SOCIAL	
Orientation secteur culturel et artistique :	
Secteur culturel et ses publics (CSCP2117)	5
Industries culturelles et créatives : médias, prospectives et innovations (ICCI2125)	5
Politiques culturelles : du législatif à la pratique (POLC2124)	5
Production d'événements artistiques et culturels (PECA2112)	5
Orientation secteur à profit social :	
Secteur social et ses publics (CSSP2115)	5
Structures des inégalités (SIDI2123)	5
Coopération internationale : contextes, médias et perspectives d'éducation (COOP2114)	5
Analyse critique de la fiction au prisme du genre (ACFG2123)	5
ACTIVITÉS DE RECHERCHE ET D'ANALYSE	
Séminaires méthodologiques : recherches exploratoires (TFAS2101)	5
PROJETS DE PRODUCTION MÉDIATIQUE ET ACTIVITÉS D'INTÉGRATION PROFESSIONNELLE	
Laboratoire de production de dispositifs d'intervention médiatiques (ATAS2111)	10
Gestion de projet : atelier de production du mémoire médiatique (ATAS2121)	10
MA BLOC 2	60
FONDEMENTS ET PRATIQUES DE LA COMMUNICATION SOCIALE ET CULTURELLE	
Cours de spécialisation :	
Finances et gestion du socioculturel (FGSO2217)	5
Identités et interculturalité (IDIN2218)	5
Société et questions contemporaines : au choix deux unités parmi :	
Cultural studies (CULS2215)	5
Ecologie, burgershap en maatschapij (en néerlandais) (EBEM2216)	5
Design Stratégique (pour l'innovation sociale) (UE2 ESA St Luc)	5
Enjeux de transitions : créativité et initiatives citoyennes (CREA2215)	5
Analyse et approche socio-éducative des pratiques ludiques (QASP2212)	5
ACTIVITÉS DE RECHERCHE ET D'ANALYSE	
Séminaires méthodologiques : recherche scientifique et évaluation de projets (TFAS2210)	5
PROJETS DE PRODUCTION MÉDIATIQUE ET ACTIVITÉS D'INTÉGRATION PROFESSIONNELLES	
Jury du mémoire médiatique (MMAS2212)	10
Stage (STAS2221)	10
Mémoire théorique (MTAS2222)	10
ORIENTATION : AU CHOIX, SOIT L'ORIENTATION SECTEUR CULTUREL ET ARTISTIQUE SOIT L'ORIENTATION SECTEUR À PROFIT SOCIAL	
Orientation secteur culturel et artistique :	
Entrepreneuriat culturel et nouveaux modèles économiques de la culture (ECMC2210)	5
Médiation culturelle et numérique (MCEM2211)	5
Orientation secteur à profit social :	
Entrepreneuriat social et modèles d'économie sociale (ESMC2219)	5
Réalités migratoires contemporaines (MIGR2218)	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
Structures des inégalités (SID12113) (en collaboration avec MaCCS)	5
MÉTHODOLOGIE DE LA RECHERCHE APPLIQUÉE	
Méthode de recherches (METH2110)	5
ANALYSE DES MÉDIAS ET DE LEUR PUBLIC	
Analyse des narrations du son et de l'image (LMED2111)	5
Psychosociologie des usagers et des pratiques médiatiques (PSYS2112)	5
Analyse des séries télévisées (UCL : LCOMU2605)	5
Nouvelles narratologies et transmédia (UCL : LCOMU2619)	5
Effets éducatifs des médias (LCOMU2663)	5
Institutions des médias et de l'EAM (ISTEM2122)	5
CONCEPTION, RÉALISATION ET ÉVALUATION DE MÉDIAS ÉDUCATIFS	
Atelier de création médiatique (REAL2114)	5
Atelier de conception d'outils d'EAM (ATEL2123)	5
Design pédagogique (LIGN2124)	5
MA BLOC 2	60
FONDEMENTS DE L'ÉDUCATION AUX MÉDIAS	
Politique et géopolitique des médias d'information (EAMI2211)	5
Ouverture à l'esprit critique (ESPC2213)	5
Sociologie des algorithmes (ALGO2216)	5
MÉTHODOLOGIE DE LA RECHERCHE APPLIQUÉE	
Séminaire d'accompagnement aux épreuves de fin d'études (SEMI2214)	5
ANALYSE DES MÉDIAS ET DE LEUR PUBLIC	
Régulation des médias et de l'éducation (REGU2212)	5
Projet d'intervention pour l'Éducation aux Médias (TRRN2215)	5
Analyse et approche socio-éducatives des pratiques ludiques (QASP2112) (en collaboration avec MaCCS)	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
GESTION DE PROJETS	
Gestion de projets 1 : Méthodologie, principes en budgetbeheer (PROJ2111)	5
Gestion de projets 2 : Business models événementiels (PROJ2125)	5
Gestion des ressources humaines (GERH2113)	5
Gestion technique et logistique (TECL2126)	5
Analyse stratégique d'un projet événementiel (ASPE2112)	5
Entreprises culturelles et industries créatives : gestion, stratégie et management (ULB GECU-D402-Q1)	5
PROMOTION DE L'ÉVÉNEMENT	
Communication corporate et relations presse (DOCS2124)	5
Marketing des Arts et de la Culture (ULB GECU-D420-Q2)	5
Enjeux digitaux (ENDI2121)	5
Moyens de communication au service de l'événement (MCOM2123)	5
ACTIVITÉS DE RECHERCHE ET D'INTÉGRATION PROFESSIONNELLE	
Ecriture professionnelle et Atelier de création (EPAC2115)	5
Méthode de recherches (METH2110)	5
Q2 : accompagnement du TFE	/
MA BLOC 2	60
GESTION DE PROJETS	
Risk management (RISK2212)	5
Atelier de production (APRO2211)	5
Droit appliqué au champ culturel (ULB GECU-D401-Q1)	5
Institutions culturelles : économie, politique et administration (ULB GECU-D403-Q1)	5
PROMOTION DE L'ÉVÉNEMENT	
Financement : Financial Strategy en sponsoring (FINS2213)	5
ACTIVITÉS DE RECHERCHE ET D'INTÉGRATION PROFESSIONNELLE	
Mémoire projet événementiel (PROJ2219)	10
Stage (STME2227)	10
TFE (MTME2228)	10
COURS À OPTION*	
Événement de prestige (PRES2216)	5
L'événement public (EVPU2216)	5
Programmation et gestion artistique (GESA2216)	5

*Choisir 1 unité



PROGRAMME ÉTUDIANTS EN ÉCHANGE IN

PROGRAMS FOR INTERNATIONAL STUDENTS

☐ Courses shared with students of IHECS

☒ Courses only for international students

FALL SEMESTER SEPTEMBER-DECEMBER

REF.	COURSE TITLE	ECTS	LANGUAGE
WELC0011	Integration Week: seminars and visits about Belgium, Europe, IHECS and more	3	EN
IMFR0011	French immersion week: language course	2	FR
HRFN0012	Human rights in the age of fake news	5	EN
GROU2215	Communication of European interest groups	5	EN
CORP2111	Corporate communication	5	EN
CULS2215	Cultural studies	5	EN
ENGA1219	Civic engagement	5	EN
FINS2213	Financial strategy	5	EN
PCTV0017	Practical course : Video*	5	EN
PCPH0018	Practical course : Photography*	5	EN
PCMM0015	Practical course : Multimedia*	5	EN
FREN0018	French language course (Beginner - Intermediate - Advanced)	5	FR
PCBE2013	Workshop : Photography "Being 20"*	5	EN
STDO0014	Storytelling in documentary	5	EN
PCRA0013	Practical course: Audio narratology*	5	EN
SECL0012	Seminar: Young people's role in climate change	2	EN

SPRING SEMESTER FEBRUARY-MAY

REF.	COURSE TITLE	ECTS	LANGUAGE
WELC0021	Integration Week: seminars and visits about Belgium, Europe, IHECS and more	3	EN
EICF0021	EU public communication strategies	5	EN
EUCU0022	Europe's Culture and its Specificities	5	EN
LGPU2125	Introduction to Digital Marketing	5	EN
ENGA1229	Civic engagement	5	EN
ACGB2123	Current affairs	5	EN
DIIJ0027	Diving into Investigative Journalism	5	EN
PCPH0028	Practical course: Photography*	5	EN
PCTV0027	Practical course: Video*	5	EN
PCMM0025	Practical course: Multimedia*	5	EN
PCBE2023	Workshop: Photography "Being 20"*	5	EN
FREN0028	French language course (Beginner - Intermediate - Advanced)	5	FR
HODO0024	Seminar : How to start a documentary	2	EN
GLOB2223	Global citizenship identity, culture and environmental challenges	5	EN
PCRA0023	Practical course: Audio Narratology*	5	EN
EFSD0022	Education for sustainable development	5	EN

* Registration is mandatory via your Learning agreement before the beginning of the semester (spots are limited)

LISTE DU PERSONNEL ENSEIGNANT

Liste établie en date du 26 août 2025

DIRECTION

Frédéric MOENS, *Directeur*

Véronique SALVI, *Administratrice générale*

Laure ENGLEBERT, *Directrice des Études*

RESPONSABLES MASTERS

Mélanie LALIEU, *Présidente du Master en Communication Culturelle et Sociale*

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

Hakima DARHMOUCH, *Présidente du Master en Journalisme*

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

Michael MARCHAND, *Président du Master en Publicité et Communication commerciale*

Elise LE MOING-MAAS, *Présidente du Master en Relations Publiques*

COMMUNICATION

Morgane PAUWELS, *Responsable du département et Chargée de communication*

Benjamin CIVILIA, *Chargé de communication*

Augustine DEWULF, *Chargée de communication*

Théo BRONCHART, *Chargé de communication*

PERSONNEL ACADÉMIQUE

Guillaume ABGRALL
Yasmine ALFIRHI
Olivier BAILLY
Alexia BAUM
Nicolas BAYGERT
Esther BECK
Lisa BENZIDI
Djazia BESSALAH
Nicolas BINDELLE
Céline BOISDENGHIEN
Yasmine BOUDAKA
Patricia BOUTEILLER
Georg BRANDT
Michel BRIES
Natacha BRIXY
Jonathan BUSCARLET
Joachim BUTRYN
Emmanuelle BYVOET
Baptiste CAMPION
Barbara DE CAMPOS
Pascal CHABOT
Martine COLOT
Hélène COMBIS
Luca COPETTI
Gilles DAL

Aurore DAL MAS
Hakima DARHMOUCH
Talheh DARYANAVARD
Amandine DEGAND
Viviane DE LAVELEYE
Camille DELEFORTRIE
Johann DELFERIERE
Hubert DELOUVROY
Solange DE MESMAEKER
Luc DE MEYER
Anne DENEUBOURG
Mathieu DE SMET
VAN DAMME
Mathieu DE WASSEIGE
Laureen DONADIEU
Barbara DUPONT
Esther DURIN
Silke EGEL
Laure ENGLEBERT
Rodrigo FONSECA
FERNANDEZ
Mélicia GAJ
Cécile GASPART
Gaëtan GRAS
Yvan HANON

Hadrien HANSE
Anne HERION
Antonella LACATENA
Bertrand LACROIX
Mélanie LALIEUX
Pascal-Emmanuel
LAMBIOTTE
Florence LECOMTE
Jean-François LECONTE
Valérie LECOUTURIER
Elise LE MOING-MAAS
Dorian LEYNEN
Catherine LYCOPS
Pudens MALIBABO
Michaël MARCHAND
Maude MARECHAL
Nora de MARNEFFE
Thierry MAROIT
Estelle MATHEY
Etienne MCGRATH
Patrick MICHEL
Frédéric MOENS
Quentin MOESKOPS
Laetitia PAILLÉ
Serge PAULUS

Anne PITTMVILS
Sophie POCHET
Laurent POMA
Elisa POMPONIO
Xavier POULEUR
Jean-François RASKIN
Spencer RASSON
François REMY
Véronique SALVI
Hélène SAMBON
Antoine SAUTELET
Sébastien SCHMITZ
Annick THÖNNISSEN
Anne TOUSSAINT
Damien VAN ACHTER
Anne VAN MARSENILLE
Bernard VANDENHOOFDEN
Patrick VANDOORNE
Vinciane VEROUGSTRAETE
Luc VUYLSTEKE
Eric WALRAVENS
Emmanuel WATHELET

PROFESSEURS INVITÉS

Audrey ADAM
 Joyce AZAR
 Myriam AZAR
 Naïm BADDICH
 Stéphanie BARRAS
 Christopher BARZAL
 Hugo BATTISTEL
 Esther BECK
 Charlotte BEECKMANS
 Gaëtan BERGEZ
 Julie BERTHELIER
 Valentin BIANCHI
 Stéphanie BLIARD
 Eric BOEVER
 Daniel BONVOISIN
 Bénédicte BOUTON
 Baptiste BUIDIN
 Jean-Yves BURON
 Patrick CANSELL
 Mathieu CARDON
 de LICHTBUER
 Sémy CASTELLI
 Philippe CAVADINI
 Yassin CHOUROUHOU
 Bruno CLEMENT
 Philippe CLOSE
 Yves COLLARD
 François CORBIAU
 Virginie CORDIER
 Thierry CROIX
 Gilles DAL
 Mélanie DALLA RIVA
 Stéphane DANIEL
 Alice DARCHICOURT
 PATAULT
 Marc DAUSIMONT
 Denis DE GROOTE
 Mélanie DE GROOTE
 Viviane DE LAVELEYE
 Charles-Louis DE LOVINFOSSE
 Stéphanie DE MAERE
 Dorian DE MEEUS
 Eveline DE RIDDER
 Olivier DE ROECK
 Victor DE ROO
 Frédéric DE SENARCLENS
 Alexandra DE TERWANGNE -
 HENRY
 Johanna DE TESSIERES
 Clélie DEBEHAULT

Benjamin DECEUNINCK
 Vincent DELCORPS
 Geoffrey DELHOUX
 Caroline DELMEIRE
 Frédéric DELVIGNE
 Elsa DONIOL-VALCROZE
 Elena DORATIOTTO
 Pierre ECHARD
 Emilie EICKHOFF
 Leila EL-MAHI
 Wilson FACHE
 Xavier FLAMENT
 Ophélie FONTANA
 Mélissa GAJ
 Monia GANDIBLEUX
 Céline GAUTIER
 Guillaume GAUTIER
 Mélanie GEELKENS
 Amélie GENIN
 Stéphanie GILLARD
 Tristan GODAERT
 Frédéric GOFFIN
 Monica GOMES
 Sarah GOMREE
 Fabrice GROSFILLEY
 Jérémy GROSMAN
 Mélane GUELKENS
 Brieuc GUFFENS
 Yahia HAKOUM
 Pamela HANCKARD
 Bernard HAYETTE
 Aurélie HEENE
 Tarik HENNEN
 Camille HENRARD
 Jules HENRY
 Marc HOOTELE
 Babak HOSSEINY
 Marc ISGOUR
 Jean-Pierre JACQMIN
 Coralie JACQUEMIN
 Anissa JALAB
 Thibault JANMART
 Quentin JARDON
 Pierre JASSOGNE
 Delphine JENART
 Roger JOB
 Joanne JOJZYK
 Pierre-Ambroise JONES
 Eric JOORIS

Vincent LABORDERIE
 Sébastien LACOMBLEZ
 Anne-Catherine LAHAYE
 Philippe LALOUX
 Alexandra LAMBERT
 Véronique LAMQUIN
 Joëlle LANCELOT
 Georges LAUWERIJS
 Thomas LAVACHERY
 Nathalie LEDUR
 Benoît LEFRANCQ
 Pauline LEMAIRE
 Laura LEPRETRE
 Anne-Sophie LEURQUIN
 Sarah LEVIN
 Joëlle LIBERMAN
 Bruno LIESSE
 Bernard LOBET
 Frédéric LOORE
 Grégoire LORY
 Codou LOUME
 Corinne LUYCKX
 Nicolas MAGAIN
 Sabine MALHERBE
 Agnès MAQUA
 Maude MARECHAL
 Véronique MARICHAL
 Benoit MATHIEU
 Joel MATRICHE
 Patrick MICHEL
 Patrick MONTJOIE
 Emmanuel MORIMONT
 Coralie MUYLAERT
 Jérôme NAIF
 Céline NEEF DE SAINVAL
 Loïc NICOLAS
 Anne PAILHES
 Hervé PAQUES
 Séverine PIETTE
 Gauthier PIROTTE
 Arnaud PITZ
 Pierre PRINGELS
 Thi Diem QUACH
 Lubja RADMAN
 Stéphanie RADOCHITZKI
 Jérôme RAMACKER
 Jean-François RASKIN
 Patrick REMACLE
 Antoinette RIBAS

Laurent RIGHETTI
 Jonathan ROMAIN
 Anna SAYH
 Assal SHARIFRAZI
 Clara SIMON
 Peggy SIMONO
 Justine SOW
 Mohamed TEMSAMANI
 Hugo UHR
 Julie VAN DE PUT
 Colas VAN MOORSEL
 Kevin VAN NUFFEL
 Karin VAN PASSEL
 Lise VAN STEEN
 Alec VANDE CASTEELE
 Laurence VANDEPUTTE
 Jerry VANDEVELDE
 Pierre VANDEVELDE
 Sébastien VANWELDE
 Julie VERBEKE
 Maxime VERBESSELT
 Caroline VEYT
 Candice WACHEL
 Filip WAEGEMANS
 Thomas WANSART
 Arnaud WERY
 Francis WHATELY
 Véronique WILLEMS

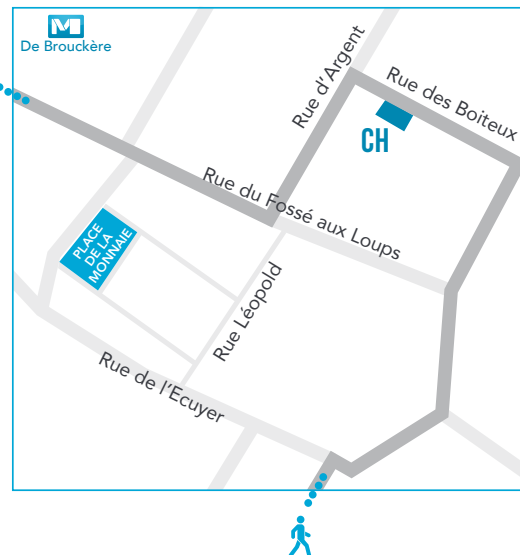
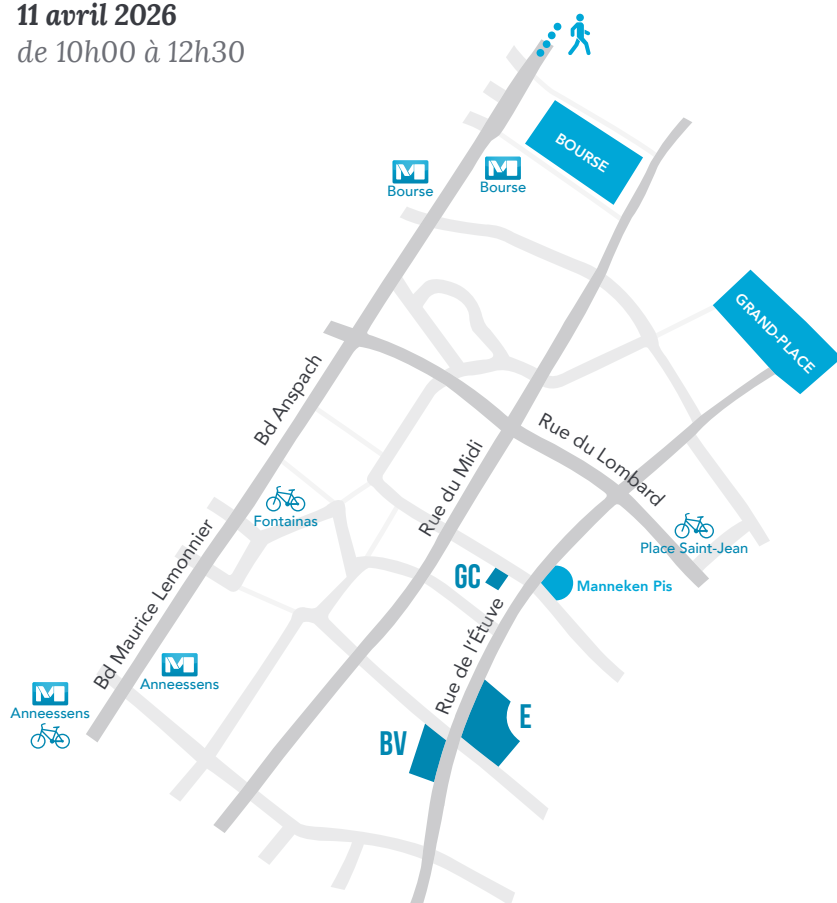
JOURNÉES PORTES OUVERTES

11 mars 2026

de 14h00 à 16h00

11 avril 2026

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.