



2024-2025

BRUSSELS SCHOOL
IHECS
Journalism & Communication

PROGRAMME
DU BACHELIER ET
DES MASTERS

SOMMAIRE

■ STRUCTURE DES ÉTUDES	03
■ L'IECS 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
■ 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.



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 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'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 (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, Finlande, France, Grèce, Hongrie, Inde, Irlande, Italie, Japon, Lettonie, Lituanie, Macao, Malaisie, Mexique, Moldavie, Norvège, Pays-Bas, Pérou, Pologne, Portugal, République Tchèque, Roumanie, Royaume-Uni, Russie, Slovaquie, Suède, Taïwan, Thaïlande, Uruguay et USA, ainsi qu'avec six villes de la Communauté flamande.

Pour l'année 2024-2025, près de 200 départs sont prévus pour les étudiants de l'IHECS qui désirent étudier un semestre à l'étranger.

Des bourses de stages ERASMUS, FAME 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 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, 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 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 et critique des sources I (ECRI1108)	5
Narration et formes littéraires (NARA1129)	5
COURS DE LANGUES	
Anglais / Néerlandais ou Allemand (LANG1102)	10
CODES & LANGAGES MÉDIATIQUES (CODE1101)	15
<p>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.</p>	
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 - QECO1219 - ARAB1219 - DSGN1219 - CNVT1219 - TEFL1219 - ENGA1219 - GNDR1219 - IESN1219 - ESPA1219 - PDCA1219 - SCNR1219 - LGGE1219 - WORD1219)	5
COMMUNICATION ET RHÉTORIQUE	
Expression écrite 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
Préorientation section I (CULT1318 - PECO1318 - ENIN1318 - GPAG1318)	5
Préorientation section II (FDAS1327 - FDP11327 - FDRP1327 - FDPUI327)	5
Management (MANA1321)	5
COMMUNICATION ET RHÉTORIQUE	
Préorientation section III (ARTD1315 - EEPI1315 - EMRP1315 - COPY1315)	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

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
Les enjeux économiques de la question écologique (QECO1219)	5
Analyse socio-politique du monde arabe contemporain (ARAB1219)	5
Information Design (DSGN1219)	5
Néerlandais spécialisé CNaVT (CNVT1219)	5
Anglais spécialisé TOEFL (TEFL1219)	5
Engagement citoyen (ENGA1219)	5
Introduction to gender studies (GNDR1219)	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

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 : Information politique, économique et sociale (PECO1318) 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 : Introduction aux pratiques et à l'écriture journalistiques (EPEI1315) 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
Actualité I (ACTU2203)		5
Narratologie : analyse des formes et récits journalistiques (RECI2124)		5
Enjeux internationaux (INTE2121)		5
Modèle politique, économique et social belge (MODE2112)		5
Journalisme numérique (NUME2114)		5
Cours en langues à choisir parmi : Huidige problemen 1 (ACNL2123) Current affairs (ACGB2123)		5
PROJETS DE FIN D'ÉTUDES		
TFE I : Accompagnement du mémoire médiatique (TFEM2111)		3
Masterclass de journalisme entrepreneurial (ENTR2121)		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		
Actualité II (ACTU2213)		5
Cours en langues à choisir parmi : Huidige problemen II (PROB2212) International politics in the anthropocene (CENE2213)		5
PROJETS DE FIN D'ÉTUDE		
TFE II : Accompagnement du mémoire théorique et de l'insertion professionnelle (TFEM2211)		5
Stages (STPI2221)		10
Mémoire médiatique (MMPI2211)		10
Mémoire théorique (MTPI2222)		10
ATELIERS ET PROJETS		
Projet thématique à choisir parmi : Politique : couvrir les élections communales (POLI2211) Culture : couvrir le festival des libertés (CULT2211) Sport : couverture live et radiophonique (SPOR2211) OSINT : enquêter en ligne (OSIN2211)		5
Parcours de spécialisation à choisir parmi : Journalisme européen (EURO2215) Investigation numérique : OSINT, datajournalisme et enquête collaborative (OSIN2212)* Enquête locale en partenariat avec <i>Le Soir</i> (SOIR2214) Récit long format : projet de presse écrite, photojournalisme et graphisme (LONG2213) Newsroom digitale : couverture de l'actualité et développement du projet Mammouth Média (NEWS2216)		10
*Prérequis : OSINT		



**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 et startkit média (RECO2121)	5
Communication et management interculturels (INTR2111)	5
RELATIONS	
Communication interne (INTE2121)	5
Argumentation et prise de parole (ARGU2101)	5
Communication événementielle (EVEN2125)	5
Connaissance de la presse, Relations presse et influenceurs (DOCS2111)	5
ACTIVITÉS D'INTÉGRATION PROFESSIONNELLE	
Semaine d'intégration (IMME2110)	
ACTIVITÉ DE RECHERCHE ET D'ANALYSE	
Méthodes de recherche en sciences de l'information et de la communication (METH2101)	5
DOMAINES D'APPLICATION DES RELATIONS PUBLIQUES (CHOISIR 1 UNITÉ)	
Communication politique (CPOL2121)	5
Géopolitique (GEOP2111)	5
COURS EN LANGUES (CHOISIR 1 UNITÉ)	
Milieucommunicatie (MILI2111)	5
Werbung und PR (WERB2121)	5
MA BLOC 2	60
ORGANISATION	
Séminaires de communication de crise (SEMI2212)	5
MÉDIAS	
Mémoire médiatique RP : Ateliers de production (PROD2212)	10
ACTIVITÉS 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
Communication, transition et innovation : sociales, écologiques et économiques	
Innovations managériales et motivation (MOTI2212)	5
Gouvernances nouvelles : processus participatif d'expérimentation (LEAD2212)	5
Nouveaux imaginaires : créativité et sources d'inspiration (IMAG2212)	5
Les actions citoyennes et collectives (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



**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
Planification stratégique (PLCO2117)	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)	20
MA BLOC 2	60
FONDEMENTS DE LA PUBLICITÉ & DE LA COMMUNICATION COMMERCIALE	
Préparation du mémoire médiatique (MAIL2211)	5
Préparation du mémoire théorique (MENT2213)	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
Mediaplanning digital (MPLD2217)	5
Conceptualisation et saut créatif (COSC2218)	5
Challenge your Brand	
Stratégie d'architecture d'entreprise et de marque (STAM2216)	5
Évaluation de projet d'entreprise (EVPE2217)	5
Conceptualisation et saut créatif (COSC2218)	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
Au choix, un cours en langue étrangère parmi :	
Exploring Identity : Historical and Contemporary Perspectives (en anglais) (CULS2215)	5
Ecologie, burgerschap en maatschappij (en néerlandais) (EBEM2216)	5
ORIENTATION : AU CHOIX, SOIT L'ORIENTATION SECTEUR CULTUREL ET ARTISTIQUE, SOIT L'ORIENTATION SECTEUR À PROFIT SOCIAL	
Orientation secteur culturel et artistique :	
Connaissance du secteur culturel et de ses publics (CSCP2117)	5
Industries culturelles et créatives : médias, prospectives et innovations (ICCI2115)	5
Politiques culturelles : du législatif à la pratique (POLC2124)	5
Production d'événements artistiques et culturels (PECA2122)	5
Orientation secteur à profit social :	
Connaissance du secteur social et de ses publics (CSSP2115)	5
Structures des inégalités (SIDI2113)	5
Coopération internationale : contextes, médias et perspectives d'éducation (COOP2124)	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 :	
Exploring Identity : Historical and Contemporary Perspectives (en anglais) (CULS2215)	5
Ecologie, burgerschap en maatschappij (en néerlandais) (EBEM2216)	5
Design Stratégique (pour l'innovation sociale) (UE2 ESA St Luc)	5
Cultures et religions occidentales (CURE2219)	5
Enjeux de transitions : créativité et initiatives citoyennes (CREA2215)	5
Production d'événements artistiques et culturels (PECA2212)	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 (SIDI2113) (en collaboration avec MaCCS)	5
Épistémologie des représentations (EPIS2114)	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
Nouvelles narratologies et transmédia (UCL : LCOMU2619)	5
CONCEPTION, RÉALISATION ET ÉVALUATION DE MÉDIAS ÉDUCATIFS	
Atelier de création médiatique (REAL2113)	5
Atelier de conception d'outils d'EAM (ATEL2123)	5
Environnements numériques d'apprentissage, pratiques et bases théoriques (LIGN2124)	5
Effets éducatifs des médias (UCL : LCOMU2663)	5
MA BLOC 2	60
FONDEMENTS DE L'ÉDUCATION AUX MÉDIAS	
Éducation aux médias et aux médias d'information (EAMI2211)	5
Ouverture à l'esprit critique (ESPC2213)	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
Sociologie des algorithmes (ALGO2216)	5
Analyse et approche socio-éducatives des pratiques ludiques (QASP2112) (en collaboration avec MaCCS)	5
CONCEPTION, RÉALISATION ET ÉVALUATION DE MÉDIAS ÉDUCATIFS	
Projet d'intervention pour l'Éducation aux Médias (TRRN2215)	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
Personeelsbeheer (GERH2113)	5
Gestion technique et logistique (TECL2116)	5
Analyse stratégique d'un projet événementiel (ASPE2112)	5
Entreprises culturelles et industries créatives : gestion, stratégie et management (ULB GECU-D402)	5
PROMOTION DE L'ÉVÉNEMENT	
Communication corporate et relations presse (DOCS2124)	5
Marketing des Arts et de la Culture (ULB GECU-D420)	5
Enjeux digitaux (ENDI2121)	5
Moyens de communication au service de l'événement (MCOM2123)	5
ACTIVITÉS DE RECHERCHE ET D'INTÉGRATION PROFESSIONNELLE	
Atelier de recherche, création et écriture professionnelle (RECH2115)	5
Méthodologie de la recherche (TFME2122)	5
MA BLOC 2	60
GESTION DE PROJETS	
Risk management (RISK2212)	5
Atelier de production (APRO2211)	5
Droit appliqué au champ culturel (ULB GECU-D401)	5
Institutions culturelles : économie, politique et administration (ULB-GECU D403)	5
PROMOTION DE L'ÉVÉNEMENT	
Financiering: financiele strategie 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

- Classes shared with students of IHECS
 Classes created for exchange students at IHECS

FALL SEMESTER SEPTEMBER-DECEMBER

REF.	COURSE TITLE	ECTS	LANGUAGE
WELC0011	Integration Week: seminars and visits about Belgium, Europe, IHECS and more ¹	3	ENG
IMFR0011	French immersion week: language course ¹	2	FR
HRFN0012	Human rights in the age of fake news	5	EN
GROU2215	Communication of European interest groups	5	ENG
EXID2118	Exploring Identity: Historical and Contemporary Perspectives	5	ENG
GNDRI219	Introduction to Gender Studies	5	ENG
ENGA1219	Civic engagement	5	ENG
CENE2213	International Politics in the Anthropocene	5	ENG
PCTV0017	Practical course : Video*	5	ENG
PCPH0018	Practical course : Photography*	5	ENG
PCMM0015	Practical course : Multimedia*	5	ENG
FREN0018	French language course (Beginner - Intermediate - Advanced)	5	FR
PCBE2013	Workshop : Photography "Being 20"	5	ENG
STDO0014	Storytelling in documentary	5	ENG
PCRA0013	Practical course: Audio narratology*	5	ENG
SECL0012	Seminar: Young people's role in climate change	2	ENG

SPRING SEMESTER FEBRUARY-MAY

REF.	COURSE TITLE	ECTS	LANGUAGE
WELC0021	Integration Week: seminars and visits about Belgium, Europe, IHECS and more ¹	3	ENG
EICF0021	EU public communication strategies	5	ENG
EUCU0022	Europe's Culture and its Specificities	5	ENG
LGPU2125	Introduction to Digital Marketing	5	ENG
ENGA1229	Civic engagement	5	ENG
DIIJ0027	Diving into Investigative Journalism	5	ENG
PCPH0028	Practical course: Photography*	5	ENG
PCTV0027	Practical course: Video*	5	ENG
PCMM0025	Practical course: Multimedia*	5	ENG
PCBE2023	Workshop: Photography "Being 20"	5	ENG
FREN0028	French language course (Beginner - Intermediate - Advanced)	5	FR
HODO0024	Seminar : How to start a documentary	2	ENG
GLOB2223	Globalization: identity, global citizenship and environmental challenges	5	ENG
PCRA0023	Practical course: Audio Narratology*	5	ENG
EFSD0022	Education for sustainable development	5	ENG

* 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 27 août 2024

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*

Nordine NABILI, *Président 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*

PERSONNEL ACADÉMIQUE

Guillaume ABGRALL

Yasmine ALFIRHI

Olivier BAILLY

Nicolas BAYGERT

Nicolas BINDELLE

Patricia BOUTEILLER

Georg BRANDT

Natacha BRIXY

Jonathan BUSCARLET

Emmanuelle BYVOET

Baptiste CAMPION

Barbara DE CAMPOS

Pascal CHABOT

Martine COLOT

Luca COPETTI

Aurore DAL MAS

Talheh DARYANAVARD

Amandine DEGAND

Camille DELEFORTRIE

Johann DELFERIERE

Hubert DELOUVROY

Luc DE MEYER

Mathieu DE SMET VAN DAMME

Anne DENEUBOURG

Barbara DUPONT

Gaëtan GRAS

Yvan HANON

Hadrien HANSE

Bertrand LACROIX

Mélanie LALIEUX

Pascal-Emmanuel LAMBIOTTE

Florence LECOMTE

Jean-François LECONTE

Valérie LECOUTURIER

Dorian LEYNEN

Catherine LYCOPS

Pudens MALIBABO

Nora de MARNEFFE

Thierry MAROIT

Frédéric MOENS

Frédéric NOEL

Laetitia PAILLÉ

Serge PAULUS

Anne PITTOMVILS

Sophie POCHET

Laurent POMA

Elisa POMONIO

Jérôme RAMACKER

François REMY

Jean-François RASKIN

Véronique SALVI

Hélène SAMBON

Sébastien SCHMITZ

Marc SINNAEVE

Annick THÖNNISSEN

Anne TOUSSAINT

Anne VAN MARSENILLE

Patrick VANDOORNE

Vinciane VEROUGSTRAETE

Luc VUYLSTEKE

Mathieu DE WASSEIGE

Emmanuel WATHELET

PROFESSEURS INVITÉS

Inès ABBAS
Audrey ADAM
Thomas ANGERER
Joyce AZAR
Myriam AZAR
Laurence BAETEN
Delphine BAISE
Christopher BARZAL
Brieuc BECKERS
Mathias BEKE
Valentin BIANCHI
Stéphanie BLIARD
Eric BOEVER
Daniel BONVOISIN
Sébastien BOUSSOIS
Bénédicte BOUTON
Baptiste BUIDIN
Jean-Yves BURON
Benjamin CAMBRON
Patrick CANSSELL
Mathieu CARDON
Sémy CASTELLI
Philippe CAVADINI
Samuel CHAPPEL
Yassin CHOUROUHOU
Isabelle CHRISTIAENS
Pascal CLAUDE
Bruno CLEMENT
Philippe CLOSE
Yves COLLARD
Chloé COLPE
François CORBIAU
Xavier COUNASSE
Gilles DAL
Mélanie DALLA RIVA
Marc DAUSIMONT
Mélanie DE GROOTE
Carl DE GUSSEM
Déborah DE KLERCK
Viviane DE LAVELEYE
Bart DE LEEUW
Charles Louis DE LOVINFOSSE
Dorian DE MEEUS
Céline DE NEEF DE SAIMVAL
Eveline DE RIDDER
Olivier DE ROECK
Frédéric DE SENARCLENS
Johanna DE TESSIERES

Clélie DEBEHAULT
Benjamin DECEUNINCK
Alexandre DEHON
Vincent DELCORPS
Colin DELFOSSE
Geoffrey DELHOUX
Corentin DI PRIMA
Valcroze DONIOL
Elena DORATIOTTO
Thierry DUPIEREUX
Emilie EICKHOFF
Geoffrey FABRE
Wilson FACHE
Ophélie FONTANA
Sarah FRERES
Alain FRISSON
Christophe GABRIEL
Thomas GADISSEUX
Monia GANDIBLEUX
Céline GAUTIER
Guillaume GAUTIER
Mélanie GEELKENS
Amélie GENIN
Tristan GODAERT
Frédéric GOFFIN
Laurence GREVESSE
Jérémy GROSMAN
Brieuc GUFFENS
Astrid GUSBIN
Yahia HAKOUM
Nicolas HAMBLENNE
Pamela HANCKARD
Yasmine HANNAF
Bernard HAYETTE
Jules HENRY
Alain HEUREUX
Marc HOOTELE
Babak HOSSEINY
Anne-Cécile HUWART
Marc ISGOUR
Jean-Pierre JACQMIN
Anissa JALAB
Quentin JARDON
Pierre JASSOGNE
Delphine JENART
Roger JOB
Catherine JOIE
Joanne JOJZYCK

Pierre-Ambroise JONES
Eric JOORIS
Ella JOYNER
Nicolas KEZSEI
Sébastien LACOMBLEZ
Anne-Catherine LAHAYE
Nicolas LAMBERT
Damien LAMINE
Joëlle LANCELOT
Matthias LANGENAEKER
Laura LASZKARATY
Georges LAUWERIJS
Thomas LAVACHERY
Nathalie LEDUR
Pauline LEMAIRE
Anne-Sophie LEURQUIN
Sarah LEVIN
Joëlle LIBERMAN
Bruno LIESSE
Bernard LOBET
Frédéric LOORE
Grégoire LORY
Agnès MAQUA
Maude MARECHAL
Peter MAST
Benoit MATHIEU
Jean MATTHYS
Monique MBEKA PHOBA
Edouard MEIER
Patrick MICHEL
Patrick MONTJOIE
Manu MOUTON
Coralie MUYLAERT
Virginie NGUYEN
Loic NICOLAS
Naomi OSORIO GALAN
Anne PAILHES
Aurore PALIGOT
Hervé PAQUES
Arnaud PETRE
Frank PIEROBON
Gauthier PIROTTE
Pierre PRINGELS
Thi Diem QUACH
Julien RADART
Stéphanie RADOCHITZKI
Patrick REMACLE
Gregory RENIER

Laurent RIGHETTI
Joan ROELS
Jonathan ROMAIN
Anna SAYH
Radjiny SCHILTZ
Rémy SCHMITZ
Michaël SEPHIHA
Assal SHARIFRAZI
Peggy SIMONO
Raphaël THYS
Lise TRAN
Julie TUMMERS
Maria UDRESCU
Charlotte UME
Damien VAN ACHTER
Julie VAN DE PUT
Colas VAN MOORSEL
Kevin VAN NUFFEL
Jerry VANDEVELDE
Pierre VANDEVELDE
Sébastien VANWELDE
Federico VARRASSO
Maxime VAUDANO
Maxime VERBESSELT
Juan VERLINDEN
Caroline VEYT
Julien VLASSENBROECK
Lisa VON BEUST
Filip WAEGEMANS
Thomas WANSART
Melchior WATHELET
Arnaud WERY
Eric WILLEM
Caroline ZICKGRAF

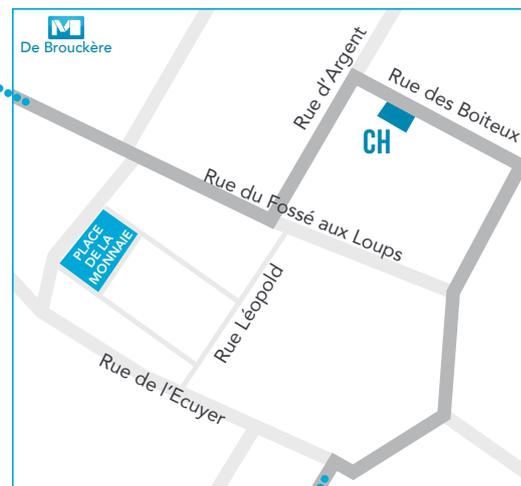
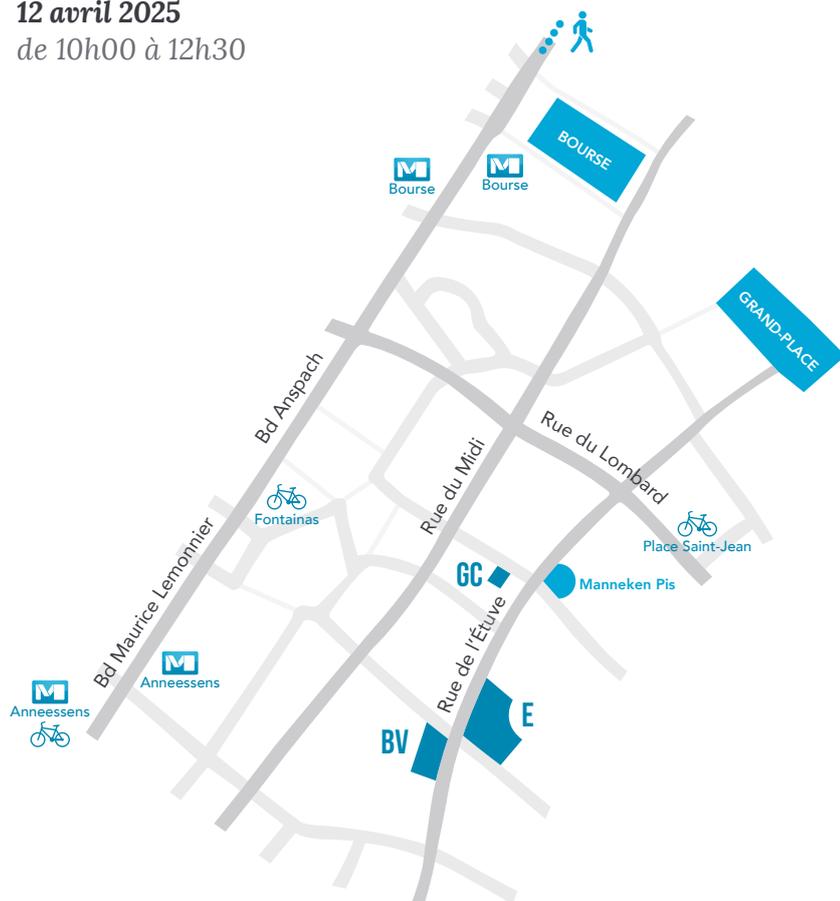
JOURNÉES PORTES OUVERTES

12 mars 2025

de 14h00 à 16h00

12 avril 2025

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.