



2023-2024

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
■ COMMUNICATION CULTURELLE ET SOCIALE (ASCEP)	18
■ ÉDUCATION AUX MÉDIAS	20
■ MANAGEMENT D'ÉVÉNEMENTS	22
■ MASTERS 60	24
■ MASTER 60 EN PRESSE ET INFORMATIONS	26
■ MASTER 60 EN RELATIONS PUBLIQUES	27
■ PROGRAMME ÉTUDIANTS EN ÉCHANGE IN	27
■ LISTE DU PERSONNEL ENSEIGNANT	30
■ LOCALISATION ET ACCÈS	31



## 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 appliquée spécialisée - 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 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 (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, Uruguay et USA, ainsi qu'avec cinq villes de la Communauté flamande.

Pour l'année 2023-2024, 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 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'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<sup>er</sup> février au 30 juin, le dernier du 1<sup>er</sup> 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 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 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. 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

	<b>CRÉDITS</b>
<b>BLOC 1</b>	<b>60</b>
<b>COURS THÉORIQUES DE BASE</b>	
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
<b>COMMUNICATION ET RHÉTORIQUE</b>	
Expression écrite I (ECRI1118)	5
Narration et formes littéraires (NARA1129)	5
<b>COURS DE LANGUES</b>	
Anglais / Néerlandais ou Allemand (LANG1102)	10
<b>CODES &amp; LANGAGES MÉDIATIQUES (CODE1101)</b>	<b>15</b>

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.

<b>BLOC 2</b>	<b>60</b>
<b>COURS THÉORIQUES DE BASE</b>	
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 - PROJ1219 - WORD1219 - PDCA1219)	5
<b>COMMUNICATION ET RHÉTORIQUE</b>	
Expression écrite II (ECRI1217)	5
Argumentation, rhétorique et expression orale (ARGU1203)	5
<b>COURS DE LANGUES</b>	
Anglais / Néerlandais ou Allemand (LANG1202)	10
<b>EXPRESSION(S) MÉDIATIQUE(S) (EXME1201)</b>	<b>15</b>

<b>BLOC 3</b>	<b>60</b>
<b>COURS THÉORIQUES DE BASE</b>	
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 (CULT1318 - PECO1318 - ENIN1318 - GPDG1318)	5
Préorientation section II (FDAS1327 - FDP1327 - FDRP1327 - FDP1327)	5
Management (MANA1321)	5
<b>COMMUNICATION ET RHÉTORIQUE</b>	
Préorientation section III (ARTD1315 - EEPI1315 - EMRP1315 - COPY1315)	5
<b>COURS DE LANGUES</b>	
Anglais / Néerlandais ou Allemand (LANG1302)	10
<b>DESIGN &amp; COMMUNICATION NUMÉRIQUE (DECO1301)</b>	<b>15</b>

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

## COURS À CHOIX

Introduction à la communication politique (CRIT1219)	5
Fondements et enjeux de la lutte contre le changement climatique (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
Crédits-projet (Sur dossier) (PROJ1219)	5
Word et Powerpoint pour les métiers de la communication (WORD1219)	5
Photographie documentaire contemporaine & analyse d'images (PDCA1219)	5

## PRÉORIENTATION - À CHOISIR PARMIS

<b>Préorientation section I</b> PI : Fondements du Journalisme et atelier de presse écrite (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
<b>Préorientation section II</b> 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
<b>Préorientation section III et activités d'intégration professionnelle</b> PI : Introduction aux pratiques et à l'écriture journalistiques (EEDI1315) 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
<b>MA BLOC 1</b>		<b>60</b>
<b>COURS GÉNÉRAUX</b>		
Déontologie des médias et enjeux de l'activité informationnelle (DEON2112)		5
Approfondissement de l'actualité (ACTU2203)		5
Narratologie : analyse des formes de récits journalistiques (RECI2124)		5
Enjeux internationaux (INTE2101)		5
Huidige problemen (ACNL2123) ou Current affairs (ACGB2123)		5
Journalisme numérique : pratiques et enjeux (NUME2114)		5
<b>ACTIVITÉS D'INTÉGRATION PROFESSIONNELLE</b>		
TFE I : Séminaire d'accompagnement du mémoire médiatique (TFEP2111)		3
Masterclass de journalisme entrepreneurial (ENTR2121)		2
<b>MÉDIAS ET TRAINING</b>		
Ateliers de pratiques journalistiques ; Initiation aux différents langages médiatiques (ATPI2112)		10
<b>Spécialisation médiatique à choisir parmi :</b> Ateliers de pratique journalistique : parcours web ; parcours vidéo ; parcours presse écrite et photo ou parcours radio et podcast Projet Mammouth Média : vie en rédaction (ATPI2123)		10
<b>MA BLOC 2</b>		<b>60</b>
<b>COURS GÉNÉRAUX</b>		
Open Source Intelligence (OSINT) : des outils pour l'investigation en ligne (OSIN2213)		5
<b>Module spécialisé : théorie et pratique à choisir parmi :</b> Journalisme européen (EURO2215) Datajournalisme (DATA2213) Journalisme politique : Enquête de terrain en partenariat avec Le Soir (SOIR2214)		10
<b>Cours en langues à choisir parmi :</b> Huidige problemen II (PROB2212) International politics in the anthropocene (CENE2213)		5
<b>ACTIVITÉS D'INTÉGRATION PROFESSIONNELLE</b>		
TFE II : Séminaire d'accompagnement du mémoire théorique (TFPI2211)		3
Séminaire d'intégration professionnelle (PROF2111)		2
Stages (STPI2221)		10
Mémoire médiatique (MMPI2211)		10
Mémoire théorique (MTPI2222)		10
<b>MÉDIAS ET TRAINING - Projet thématique pour l'équivalent de 5 crédits</b>		
Couverture d'actualités sportives en radio et sur le web (SPOR2215)		5
Culture : couvrir le Festival des libertés pour l'audiovisuel (LIBE2216)		5
Conception média : imaginer un format pour décliner un dossier politique à 360° (MIPO2214)		5
Projet de journalisme d'investigation pour l'audiovisuel (INVE2218)		5
Récit, photojournalisme et mise en page : concevoir un long format (LONG2213)		5



**MASTER EN COMMUNICATION  
APPLIQUÉE SPÉCIALISÉE  
RELATIONS PUBLIQUES**

# MASTER EN COMMUNICATION APPLIQUÉE SPÉCIALISÉE

## RELATIONS PUBLIQUES

Programme en 2 ans

	CRÉDITS
<b>MA BLOC 1</b>	<b>60</b>
<b>FONDEMENTS DES RELATIONS PUBLIQUES</b>	
Communication corporate (CORP2117)	5
Humanités numériques (NUME2122)	5
Stratégie de communication (STRA2116)	5
Recommandation stratégique et startkit média (RECO2124)	5
<b>MÉDIAS</b>	
Connaissance de la presse, relations presse et influenceurs (DOCS2111)	5
Storytelling et rédaction de contenu (STORY2126)	5
Argumentation et prise de parole (ARGU2124)	5
<b>ACTIVITÉS D'INTÉGRATION PROFESSIONNELLE</b>	
Semaine d'intégration, préparation stage (STAG2216)	
<b>ACTIVITÉ DE RECHERCHE ET D'ANALYSE</b>	
Méthodes de recherche en sciences de l'information et de la communication (METH2113)	5
<b>OPTION DE SPÉCIALISATION (AU CHOIX)</b>	
<b>Au choix 3 unités parmi :</b>	<b>15</b>
Communication événementielle (EVEN2115)	
Communication et management interculturels (INTER2118)	
Communication politique (CPOL2124)	
Compréhension des organisations gouvernementales et non gouvernementales (CORG2122)	
Géopolitique et risk management (RISQ2129)	
Communication interne (INTE2125)	
<b>Une unité en langue parmi :</b>	<b>5</b>
Milieucommunicatie (MILI2126)	
Werbung und PR (WERB2126)	
<b>MA BLOC 2</b>	<b>60</b>
<b>FONDEMENTS DES RELATIONS PUBLIQUES</b>	
Séminaires de communication de crise (SEMI2218)	5
<b>MÉDIAS</b>	
Mémoire médiatique RP : Ateliers de production (PROD2211)	10
<b>ACTIVITÉS D'INTÉGRATION PROFESSIONNELLE</b>	
Stage (STAG2221)	10
<b>ACTIVITÉ DE RECHERCHE ET D'ANALYSE</b>	
Mémoire théorique (THEO2222)	15
<b>OPTION DE SPÉCIALISATION (AU CHOIX)</b>	
<b>Communication et affaires européennes</b>	
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
<b>RSE : Communication, transition et innovation : sociales, écologiques et économiques</b>	
Innovations managériales et motivation (MOTI2217)	5
Gouvernances nouvelles : processus participatif d'expérimentation (LEAD2216)	5
Nouveaux imaginaires : créativité et sources d'inspiration (IMAG2223)	5
Les actions citoyennes et collectives (ACTI2223)	5
<b>E-RP et Data Intelligence</b>	
Gestion de la présence et e-réputation sur les réseaux sociaux (RESO2213)	5
Maîtrise des canaux externes de communication (CANX2214)	5
Data-driven PR et social listening (DATA2215)	5
Conception d'application mobile & site web (MOBI2217)	5
<b>Relations publiques dans le monde de l'art</b>	
Initiation à l'histoire de l'art, en particulier à l'art contemporain (INHA2211)	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 (RPMA2213)	5



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

# MASTER EN COMMUNICATION APPLIQUÉE SPÉCIALISÉE

## PUBLICITÉ ET COMMUNICATION COMMERCIALE

Programme en 2 ans

	CRÉDITS
<b>MA BLOC 1</b>	<b>60</b>
<b>FONDEMENTS DE LA PUBLICITÉ &amp; DE LA COMMUNICATION COMMERCIALE</b>	
Compréhension du marché et du consommateur (MACO2111)	5
Planification stratégique (PLCO2117)	5
<b>TECHNIQUES PROPRES À LA PUBLICITÉ &amp; À LA COMMUNICATION COMMERCIALE</b>	
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
<b>ACTIVITÉS D'INTÉGRATION PROFESSIONNELLE</b>	
Culture et compétences en publicité et communication commerciale (CCPC2113)	10
<b>MÉDIAS ET TRAINING</b>	
Stratégie médiatique et ateliers de production publicitaire & commerciale (AMED2126)	20
<b>MA BLOC 2</b>	<b>60</b>
<b>FONDEMENTS DE LA PUBLICITÉ &amp; DE LA COMMUNICATION COMMERCIALE</b>	
Préparation du mémoire médiatique (MAIL2211)	5
Préparation du mémoire théorique (MENT2213)	5
<b>ACTIVITÉS D'INTÉGRATION PROFESSIONNELLE</b>	
Stage (STPU2223)	10
Mémoire médiatique (MMPU2212)	10
Mémoire théorique (MTPU2224)	10
<b>OPTION DE SPÉCIALISATION (AU CHOIX)</b>	
Écosystème digital de l'entreprise et communication publicitaire (DIGI2215) (unité commune à toutes les options)	5
<b>Challenge your Digital Marketing</b>	
Gestion de projet en communication digitale (GEPR2216)	5
Mediaplanning digital (MPLD2217)	5
Problématiques contemporaines en communication digitale (PRCO2218)	5
<b>Challenge your Brand</b>	
Management et stratégie d'entreprise (MASE2211)	5
Évaluation de projet d'entreprise (EVPE2217)	5
Problématiques contemporaines des marques (PRCM2214)	5



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

# MASTER EN COMMUNICATION APPLIQUÉE SPÉCIALISÉE

## COMMUNICATION CULTURELLE ET SOCIALE

Programme en 2 ans

	CRÉDITS
<b>MA BLOC 1</b>	<b>60</b>
<b>FONDEMENTS ET PRATIQUES DE LA COMMUNICATION SOCIALE ET CULTURELLE</b>	
Domaines, acteurs et stratégies dans le secteur de la communication culturelle et sociale (COMM2102)	5
Outils de gestion et d'animation de groupes (OGMG2122)	5
<b>COURS GÉNÉRAUX</b>	
Politiques culturelles : du législatif à la pratique (POLC2114)	5
Approches critiques des productions fictionnelles (ACPF2123)	5
Structures des inégalités (SIDI2113)	5
Coopération internationale : contextes, médias et perspectives d'éducation (COOP2124)	5
Industries culturelles et créatives : médias, prospectives et innovations (ICCI2115)	5
<b>ACTIVITÉS DE RECHERCHE ET D'ANALYSE</b>	
Séminaires méthodologiques : recherche, analyse et rédaction d'un état de la question (TFAS2101)	5
<b>PROJETS DE PRODUCTION MÉDIATIQUE ET ACTIVITÉS D'INTÉGRATION PROFESSIONNELLES</b>	
Laboratoire de production de dispositifs d'intervention médiatiques (ATAS2111)	10
Gestion de projet : atelier de production du mémoire médiatique (ATAS2121)	10
<b>MA BLOC 2</b>	<b>60</b>
<b>COURS DE SPÉCIALISATION</b>	
<b>Société et questions contemporaines : au choix deux unités parmi :</b>	
- Globalization : identity and environmental challenges (en anglais) (GLOB2213)	5
- Cultural Studies (en anglais) (CULS2215)	5
- Ecologie, burgershap en maatschapij (en néerlandais) (EBEM2216)	5
- Design Stratégique (pour l'innovation sociale) (UE2 ESA St Luc)	5
- Cultures et religions occidentales (CURE2213)	5
- Analyse et approche socio-éducative des pratiques ludiques (QASP2112)	5
- Réalités migratoires contemporaines (MIGR2218)	5
<b>ACTIVITÉS DE RECHERCHE ET D'ANALYSE</b>	
Séminaires méthodologiques : recherche scientifique et évaluation de projets (TFAS2210)	5
<b>PROJETS DE PRODUCTION MÉDIATIQUE ET ACTIVITÉS D'INTÉGRATION PROFESSIONNELLES</b>	
Jury du mémoire médiatique (MMAS2212)	10
Stage (STAS2221)	10
Mémoire théorique (MTAS2222)	10
<b>INTERVENTION SOCIALE ET CULTURELLE ET GESTION DE PROJET</b>	
<b>Au choix trois unités parmi :</b>	
Finances et gestion du socioculturel (FGSO2217)	5
Entrepreneuriat culturel et nouveaux modèles économiques de la culture (ECMC2210)	5
Communication organisationnelle dans le secteur socioculturel (ORGA2219)	5
Médiation culturelle et numérique (MCEM2211)	5
Enjeux de transitions : créativité et initiatives citoyennes (CREA2215)	5
Production d'événements culturels et artistiques (PECA2212)	5



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

# MASTER EN COMMUNICATION APPLIQUÉE SPÉCIALISÉE

## ÉDUCATION AUX MÉDIAS

Programme en 2 ans

	CRÉDITS
<b>MA BLOC 1</b>	<b>60</b>
<b>FONDEMENTS DE L'ÉDUCATION AUX MÉDIAS</b>	
Littératie médiatique (UCL : LCOMU2640)	5
Structures des inégalités (STDI2113) (en collaboration avec Maccs)	5
Épistémologie des représentations (EPIS2114)	5
<b>MÉTHODOLOGIE DE LA RECHERCHE APPLIQUÉE</b>	
Méthodes et techniques de recherche et d'évaluation en éducation aux médias (METH2121)	5
<b>ANALYSE DES MÉDIAS ET DE LEUR PUBLIC</b>	
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
<b>CONCEPTION, RÉALISATION ET ÉVALUATION DE MÉDIAS ÉDUCATIFS</b>	
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
<b>MA BLOC 2</b>	<b>60</b>
<b>FONDEMENTS DE L'ÉDUCATION AUX MÉDIAS</b>	
Éducation aux médias et aux médias d'information (EAMI2211)	5
Ouverture à l'esprit critique (ESPC2213)	5
<b>MÉTHODOLOGIE DE LA RECHERCHE APPLIQUÉE</b>	
Séminaire d'accompagnement du mémoire (SEMI2214)	5
<b>ANALYSE DES MÉDIAS ET DE LEUR PUBLIC</b>	
Régulation des médias et de l'éducation (REGU2215)	5
Sociologie des algorithmes (ALGO2216)	5
Analyse et approche socio-éducatives des pratiques ludiques (QASP2112) (collab Maccs)	5
<b>CONCEPTION, RÉALISATION ET ÉVALUATION DE MÉDIAS ÉDUCATIFS</b>	
Projet d'intervention pour l'Éducation aux Médias (TRRN2215)	5
<b>ACTIVITÉS D'INTÉGRATION PROFESSIONNELLE</b>	
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
<b>MA BLOC 1</b>	<b>60</b>
<b>GESTION DE PROJETS</b>	
Gestion de projets 1 : Méthodologie, principes et développement durable (PROJ2111)	5
Beheer van projecten 2 : Financieel strategie (PROJ2125)	5
Personeelsbeheer (GERH2113)	5
Gestion technique et logistique (TECL2116)	5
Analyse stratégique d'un projet événementiel (STRA2112)	5
Entreprises culturelles et industries créatives : gestion, stratégie et management (ULB GECU-D402)	5
<b>PROMOTION DE L'ÉVÉNEMENT</b>	
Communication corporate et relations presse (DOCS2126)	5
Marketing des Arts et de la Culture (ULB GECU-Y400)	5
Enjeux digitaux (ENDI2121)	5
Moyens de communication au service de l'événement (MCOM2123)	5
<b>ACTIVITÉS DE RECHERCHE ET D'INTÉGRATION PROFESSIONNELLE</b>	
Atelier de recherche, création et écriture (RECH2115)	5
Méthodologie de la recherche (TFME2123)	5
<b>MA BLOC 2</b>	<b>60</b>
<b>GESTION DE PROJETS</b>	
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
<b>PROMOTION DE L'ÉVÉNEMENT</b>	
Sponsoring en mecenat (FINS2213)	5
<b>ACTIVITÉS DE RECHERCHE ET D'INTÉGRATION PROFESSIONNELLE</b>	
Mémoire projet événementiel (PROJ2219)	10
Stage (STME2227)	10
TFE (MTME2228)	10
<b>COURS À OPTION</b>	
Événement de prestige (PRES2216)	5
L'événement public (EVPU2216)	5
Programmation et gestion artistique (GESA2216)	5

\*Le programme présenté est celui de l'année académique 2022-2023 : le master 2 de l'année suivante poursuivra les ajustements initiés dans le master 1 présenté cette année.



**MASTERS 60**

# LES MASTERS 60 À L'HECS

## QU'EST-CE QU'UN MASTER 60 ?

Les masters en communication appliquée s'adressent prioritairement à des personnes disposant d'un précédent master et désireuses de s'initier aux métiers de la communication. Ces masters sont organisés en horaire décalé ; ils dispensent 60 crédits, c'est-à-dire qu'ils peuvent se réaliser en une seule année.

Le programme de ces masters offre les bases nécessaires à la compréhension des enjeux, théories et méthodes des sciences de l'information et la communication ; ce programme permet d'acquérir une expertise pratique qui s'alimente et complète la formation initiale de l'étudiant.

Nous organisons actuellement deux masters en horaires décalés, les masters 60 en Relations Publiques et celui en Journalisme. Nous organiserons dès l'année académique 2024-2025 deux nouveaux masters 60 en Communication Culturelle et Sociale et en Publicité et Communication Commerciale.

## VOTRE PROFIL

- Vous disposez d'un diplôme de 2nd cycle ou d'une expérience professionnelle d'au moins 5 ans,
- Vous souhaitez ajouter à vos compétences une formation complémentaire,
- Vous imaginez une réorientation de votre carrière ou une progression dans celle-ci,
- Vous développez une appétence pour l'information et la communication.

## NOTRE PROGRAMME

60 crédits de formation en une année et en trois modules :

- Introduction aux enjeux, techniques et théories,
- Domaines d'application et mise en pratique et travail personnel d'intégration (mémoire et encadrement),
- Une prise en compte de vos expertises initiales.

# MASTER 60

## PRESSE ET INFORMATION

En une année et 60 crédits, une initiation à partir d'un projet professionnel personnel permet aux étudiants d'acquérir les pratiques, méthodes et enjeux du journalisme contemporain.

Le programme s'articule autour de trois ensembles :

- Un module de cours généraux introduit à l'ensemble des techniques, méthodes et enjeux du journalisme contemporain (25 crédits) ;
- Des ateliers d'écriture, pour vous introduire à la pratique journalistique, sur différents supports médiatiques (20 crédits) ;
- Un travail personnel et encadré, au départ d'un projet professionnel porté par le candidat (15 crédits).

### DÉBOUCHÉS

La formation vous donnera accès à des emplois dans le domaine du journalisme stricto sensu, mais aussi dans certains métiers liés à la communication.

Dans le domaine du journalisme, l'addition de deux masters vous donnent des opportunités réelles.

Au sens le plus large, voici quelques exemples de débouchés :

- Journaliste « news » spécialisé de presse imprimée ou numérique ;
- Journaliste dans un magazine spécialisé (presse féminine, sportive, culturelle, etc.) ;
- Journaliste d'agence de presse ;
- Présentateur « news » en radio ;
- Secrétaire de rédaction ;
- Chargé de communication ;
- ...

### INFORMATIONS PRATIQUES

Les cours se déroulent les lundis et jeudis de 18h15 à 21h15 et les samedis de 09h00 à 13h30.

	<b>ECTS</b>
<b>COURS GÉNÉRAUX</b>	
Module #1 : Le journalisme et ses méthodes	10
Module #2 : Le journalisme en six spécialisations	5
Module #3 : Journalisme numérique	5
Module #4 : Déontologie des médias et enjeux juridiques de l'activité informationnelle	5
<b>PROJET D'INTÉGRATION PROFESSIONNELLE</b>	
Mémoire pratique	15
<b>MÉDIAS ET TRAINING</b>	
Ateliers pratiques : écritures journalistiques 1	10
Ateliers pratiques : écritures journalistiques 2	10

# MASTER 60

## RELATIONS PUBLIQUES

En une année et 60 crédits, les étudiants acquièrent les savoirs et compétences nécessaires au développement d'une pratique professionnelle dans le milieu des relations publiques.

Le programme s'articule autour de trois ensembles :

- Les bases théoriques, méthodologiques et pratiques des relations publiques (30 crédits) ;
- Quelques domaines d'application choisis en fonction de l'intérêt de l'étudiant (10 crédits) ;
- Un mémoire et son encadrement intégrant professionnellement l'ensemble de ces apports (20 crédits).

### DÉBOUCHÉS

Les débouchés professionnels sont très nombreux, tant auprès de petites ou grandes entreprises, que d'agences de communication, qu'auprès d'organismes publics ou au sein des institutions européennes. L'addition de vos deux masters vous permet en outre d'accéder à des métiers dans la communication dans des secteurs spécifiques demandant des connaissances techniques.

Voici quelques exemples de fonctions :

- Attaché(e) de presse ;
- Chargé(e) de communication ;
- Directeur(trice) de la Communication ;
- Community manager ;
- Brand Manager ;
- Consultant(e) en communication ;
- ...

### INFORMATIONS PRATIQUES

Les cours se déroulent les mardis et jeudis de 18h15 à 21h15 et les samedis de 09h00 à 13h30.

	CRÉDITS
<b>FONDEMENTS DES RELATIONS PUBLIQUES</b>	
Gestion de la réputation et communication de crise (REPU2011)	5
Connaissance de la presse, relations presse et influenceurs (PRES2012)	5
Stratégie de communication (STRA2013)	5
Touchpoint planning (TCHP2022)	5
Communication interne et managériale (INTR2014)	5
Ecosystème belge de la communication (ECOC2015)	5
<b>ACTIVITÉS DE RECHERCHE ET D'ANALYSE</b>	
Méthodes de recherche en sciences de l'information et de la communication (METH2016)	5
Mémoire théorique (TERP2021)	15
<b>DOMAINES D'APPLICATION DES RELATIONS PUBLIQUES</b>	
Dix crédits au choix parmi les unités suivantes :	
- Mécénat, sponsoring et événementiel (SPSR2023)	5
- Communication politique (COPO2024)	5
- Communication et développement durable (CRSE2025)	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 <sup>1</sup>	3	ENG
IMFRO011	*French immersion week: language course <sup>1</sup>	2	FR
GROU2215	Communication of European interest groups	5	ENG
CULS2215	Cultural studies	5	ENG
GEND1219	Introduction to Gender Studies	5	ENG
ENGA1219	Civic engagement	5	ENG
CENE2213	International Politics in the Anthropocene	5	ENG
PCTV0013	*Practice course : Video	5	ENG
PCPH0013	*Practice course : Photography	5	ENG
PCMM0013	*Practice course : Multimedia	5	ENG
FREN0013	*French language course	5	FR
PCPH0016	*Workshop : Photography "Being 20"	5	ENG
HRFN0012	Human rights in the age of fake news	5	ENG
CULG2112	Globalization	5	ENG
PCRA0013	Practice course: Audio narratology	5	ENG

### SPRING SEMESTER FEBRUARY-MAY

REF.	COURSE TITLE	ECTS	LANGUAGE
WELC0021	* Welcome session and integration week: courses, seminars and visits <sup>1</sup>	3	ENG
EICF0022	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
DIIJ0022	Diving into Investigative Journalism	5	ENG
PCPH0023	*Practice course: Photography	5	ENG
PCTV0023	*Practice course: Video	5	ENG
PCMM0023	*Practice course: Mutlimedia	5	ENG
WPBT0023	*Workshop: Photography "Being 20"	5	ENG
FREN0023	*French language course	5	FR
EFSD0022	Education for Sustainable Development	5	ENG
GCAC0022	Global Citizenship and Communication	5	ENG
PCRA0023	Practice course: Audio Narratology	5	ENG

- \* For those classes, registration is mandatory:
- For Fall semester, please register before the 1<sup>st</sup> of May.
  - For Spring semester, please register before the 1<sup>st</sup> of November.

<sup>1</sup> Beginning of Semester

<sup>2</sup> Only for students with high level in digital advertising

# LISTE DU PERSONNEL ENSEIGNANT

Liste établie en date du 12 juillet 2023

## DIRECTION

Frédéric MOENS, *Directeur*

Jean-François RASKIN, *Administrateur général*

Laure Englebert, *Directrice des Études*

## RESPONSABLES MASTERS

Mélanie LALIEU, *Présidente du Master en Communication Appliquée Spécialisée 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*

## 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

Nora de MARNEFFE

Thierry MAROIT

Frédéric MOENS

Frédéric NOEL

Laetitia PAILLÉ

Serge PAULUS

Anne PITTOMVILS

Sophie POCHET

Laurent POMA

Elisa POMPONIO

Jérôme RAMACKER

François REMY

Jean-François RASKIN

Hélène SAMBON

Sébastien SCHMITZ

Marc SINNAEVE

Annick THONISSEN

Anne TOUSSAINT

Anne VAN MARSENILLE

Patrick VANDOORNE

Vinciane VEROUGSTRAETE

Luc VUYLSTEKE

Mathieu DE WASSEIGE

Emmanuel WATHELET

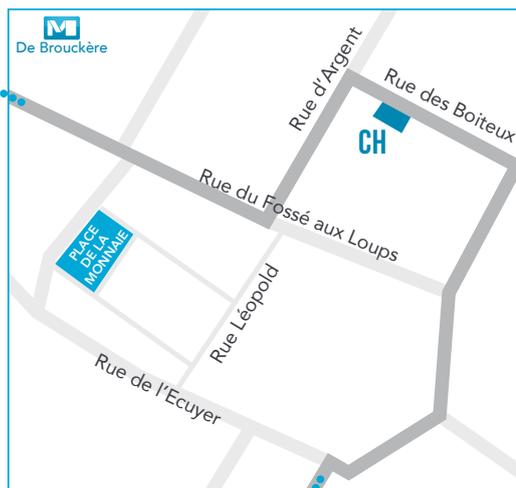
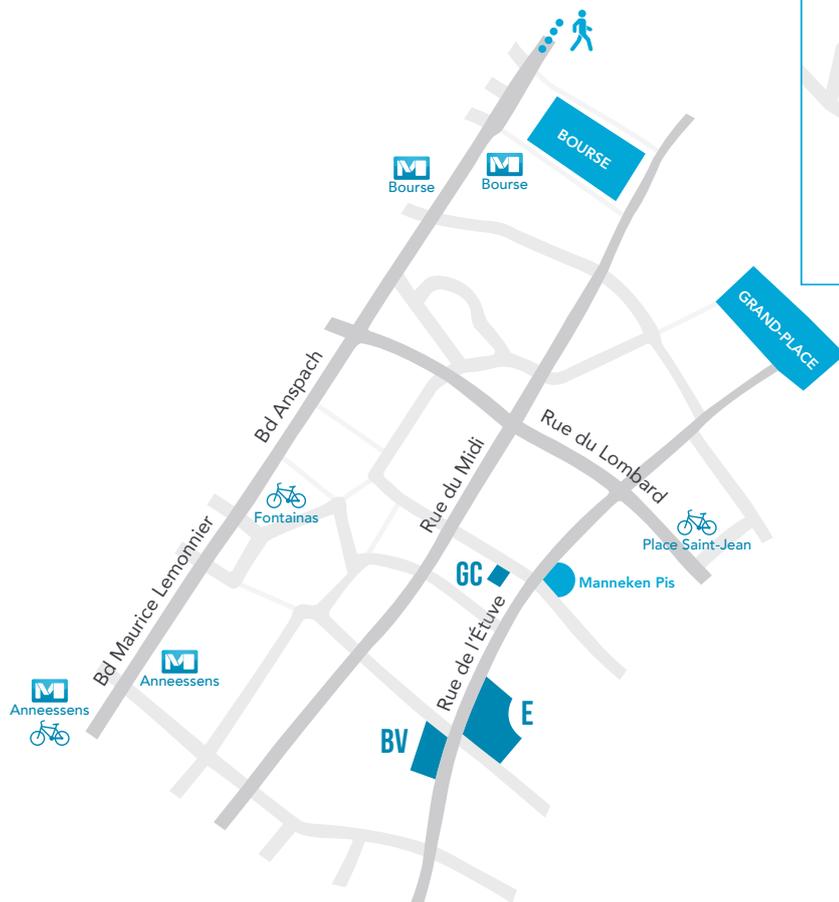
# JOURNÉES PORTES OUVERTES

20 mars 2024

de 14h00 à 16h00

20 avril 2024

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.

