



2015-2016

BRUSSELS SCHOOL
IHECS
Journalism & Communication

PROGRAMME
DU BACHELIER ET
DES MASTERS



SOMMAIRE

■	STRUCTURE DES ÉTUDES	04
■	L'HECS FORME AU JOURNALISME ET À LA COMMUNICATION	06
■	S'ADAPTER POUR MIEUX COLLER AUX RÉALITÉS DES MÉTIERS	08
■	BACHELIER EN COMMUNICATION APPLIQUÉE	10
■	MASTER EN JOURNALISME	14
■	■ PRESSE ET INFORMATION SPÉCIALISÉES	14
■	MASTER EN COMMUNICATION APPLIQUÉE SPÉCIALISÉE	18
■	■ RELATIONS PUBLIQUES	18
■	■ PUBLICITÉ ET COMMUNICATION COMMERCIALE	22
■	■ ANIMATION SOCIOCULTURELLE ET ÉDUCATION PERMANENTE	26
■	■ ÉDUCATION AUX MÉDIAS	30
■	LISTE DU PERSONNEL ENSEIGNANT	34
■	LOCALISATION ET ACCÈS	35

STRUCTURE DES ÉTUDES : UN PREMIER CYCLE DE 3 ANNÉES (BACHELIER OU BACHELOR) SUIVI D'UN DEUXIÈME CYCLE DE 2 ANNÉES (MASTER)

*Le cursus de formation à l'IHECS comprend 2 cycles : d'abord un **Bachelier en trois ans** (dit de transition), suivi d'un **Master de spécialisation professionnelle en deux ans**. Ce cursus en 3+2 est rigoureusement conforme à la structure européenne voulue par Bologne.*

Plusieurs filières de formation et diplômes sont proposés.



PREMIER CYCLE (3 ANNÉES)

Le programme est quasi identique pour tous les étudiants (à l'exception de quelques cours au choix en blocs 2 et 3 et de la pré-orientation en bloc 3).

- Le Bachelier académique en communication appliquée (180 crédits) vise à doter l'étudiant d'une culture communicationnelle moderne, où d'abord les sciences humaines, ensuite l'informatique, les arts et techniques de l'image et du son, et enfin les langues et l'expression orale ou écrite forment un tout modularisé et intégré sur le plan pédagogique. Le Bachelier comporte trois années d'études durant lesquelles l'étudiant pourra apprendre et pratiquer les concepts, ainsi que contextualiser les pratiques.
- Les trois premières années du Bachelier ont un caractère « polyvalent » dans le domaine de la communication. Le programme des deux premiers blocs est commun à tous les étudiants; le troisième bloc propose une pré-orientation de transition en fonction du Master envisagé. Le diplôme délivré à l'issue de ce premier cycle est, pour tout le monde, le Bachelier en communication appliquée.



DEUXIÈME CYCLE (2 ANNÉES)

Après le Bachelier en communication appliquée, l'IHECS propose 5 filières possibles :

- En journalisme, le Master en presse et information spécialisées ou
- En communication, 4 Masters en communication appliquée spécialisée
 - Animation socioculturelle & Éducation permanente
 - Publicité & Communication commerciale
 - Relations publiques
 - Éducation aux médias

Soit, en tout, cinq cursus possibles.

- Le **Master** a pour objectif d'approfondir un domaine de la communication en fonction du projet personnel de l'étudiant (journalisme, relations publiques, communication d'entreprise, publicité, animation socioculturelle, éducation permanente, éducation aux médias, organisation d'événements, coopération, métiers de la radio, de la TV, de l'audiovisuel ou du multimédia...) afin d'en acquérir la maîtrise professionnelle.

Les futurs journalistes s'orienteront vers le **Master en presse et information**. Quant aux étudiants qui se destinent aux métiers de l'animation socioculturelle & de l'éducation permanente, de la publicité & de la communication commerciale, des relations publiques ou de l'éducation aux médias, ils se dirigeront vers le **Master en communication appliquée**, dans l'orientation voulue. Précisons que les cinq filières possèdent chacune leur programme de cours et d'activités tout à fait spécifique. Pour le choix du Master, il n'y a pas d'urgence : l'étudiant a amplement le temps de mûrir ce choix durant ses années de Bachelier.

MOBILITÉ INTERNATIONALE

L'IHECS dispose d'un réseau étendu de mobilité étudiante en Europe (**Erasmus**), hors-Europe (**Mercury**) et en Communauté flamande (**Belgica**) avec des partenariats en Allemagne, Argentine, Brésil, Burkina Faso, Canada, Chili, Chine (Hong Kong), Corée, Danemark, Équateur, Espagne, Estonie, Finlande, France, Hongrie, Inde, Irlande, Italie, Lettonie, Lituanie, Mexique, Norvège, Pays-Bas, Pologne, Portugal, République Tchèque, Roumanie, Royaume-Uni, République tchèque, Russie, Slovaquie, Suède, Suisse, Taïwan, Turquie, Uruguay et USA, ainsi qu'avec cinq villes de la Communauté flamande.

Pour l'année 2015-2016, plus de **200 places** seront proposées aux étudiants de l'IHECS désirant étudier un semestre à l'étranger.

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

UN MASTER ORPHELIN EN ÉDUCATION AUX MÉDIAS

Lancée en 2013, cette nouvelle filière en Communication appliquée spécialisée en Éducation aux Médias se distingue des quatre autres Masters de l'IHECS par son orientation, plus particulièrement tournée vers le monde de l'éducation.

Créé en partenariat avec l'UCL, son programme se caractérise par une pédagogie articulant recherche et terrains d'intervention, réflexion et action.

Contrairement aux quatre autres Masters de l'IHECS, le Master EAM a la caractéristique de ne pas être directement lié à un titre de bachelier particulier. C'est un Master dit « orphelin ».

Il est accessible directement et sans année préparatoire aux détenteurs d'un diplôme de :

- Bachelier Instituteur(trice) préscolaire
- Bachelier Instituteur(trice) primaire
- Bachelier Agrégé(e) de l'enseignement secondaire inférieur
- Bachelier en information et communication
- Bachelier en sciences humaines et sociales
- Bachelier en communication appliquée
- Bachelier en communication
- Bachelier en écriture multimédia
- Bachelier Éducateur(trice) spécialisé(e) en accompagnement psycho-éducatif
- Bachelier Bibliothécaire-documentaliste

Infos et contact : eam@ihecs.be



L'IHECS FORME AU JOURNALISME ET À LA COMMUNICATION. QUELLE EST SA SPÉCIFICITÉ ?

QUATRE AXES PRINCIPAUX FONT TOUJOURS LA SPÉCIFICITÉ DE L'IHECS.

PREMIER AXE

La formation à l'IHECS est de niveau **universitaire**, centrée sur la pratique et la professionnalisation : travail de terrain, réalisations médiatiques, apprentissage par projet, langues et expression, stages d'insertion professionnelle... Les cours généraux constituent le fondement de la formation. Mais cette base est très vite mise en contexte. Sur le mode inductif, on y envisage d'emblée la problématique la plus actuelle, les diverses voies de solution, avec les avantages et inconvénients de chacune, et toujours des applications suffisamment concrètes pour qu'on y sente le poids du réel, assez générales aussi pour qu'on en mesure l'universalité. L'enseignement dispensé est donc un enseignement scientifique (la plupart des enseignants des cours généraux sont docteurs), qui se différencie toutefois de l'Université par sa méthodologie inductive.

Aux composantes habituelles de la formation en communication sociale, l'IHECS ajoute de manière déterminante l'apprentissage des médias et de leur emploi conjugué (transmédiatique), à des fins de communication : information écrite et en ligne, graphisme et infographie, photo, son/radio, TV/vidéo, multimédia... Attention : le but n'est jamais de faire du média technologique une fin en soi, mais de pouvoir, AVEC les médias, exprimer un message, une intention ou une idée déterminée, bref communiquer. Ce parti pris pédagogique s'exprime par la formule suivante : « La communication par les médias. Les médias au service de la communication ».

C'est ce qui justifie son appellation de communication **appliquée**.

DEUXIÈME AXE

Le deuxième axe est la **vocation professionnelle** de la formation. Pour rendre effective cette professionnalisation et permettre à chaque étudiant de se construire une identité professionnelle forte, des moyens sont mis en œuvre tout au long de la formation :

- le travail personnel de l'étudiant dans une perspective fonctionnelle d'intégration sur le marché du travail;
- l'importance des langues (anglais et néerlandais ou allemand) pendant tout le cursus de l'étudiant;
- la présence très importante de professionnels dans le corps enseignant (environ 50%), dans les jurys, et leur implication dans l'élaboration et la mise à jour constante des programmes;
- des travaux médiatiques (y compris un mémoire pratique) réalisés en lien étroit avec la profession et avec des moyens techniques professionnels;
- des réseaux de contacts avec les entreprises, groupements, associations, pouvoirs publics et l'organisation de rencontres avec la profession (séminaires, colloques, ateliers, journées de travail...);
- rappelons que l'IHECS organise également de la formation continue, ce qui accentue encore le feedback de la profession sur la formation initiale.

TROISIÈME AXE

Ensuite le troisième axe de la formation à l'IHECS est sa **vocation sociale**. Son « ancrage social » est à la base d'une « culture école » reconnue pour la qualité de ses relations humaines. Quelques exemples qui témoignent de cet « esprit-maison » :

- les relations de proximité enseignants/étudiants;
- une pédagogie d'intégration qui favorise les dynamiques collectives (exemples : les nombreux travaux de groupe et les cours dits « de maillage »);
- un engagement volontariste pour donner la parole publique aux individus et aux groupes qui y ont rarement accès, ce qui se traduit notamment par la présence de matières emblématiques d'une sensibilité sociale accentuée afin de montrer l'essence véritablement sociale de la communication et de l'information;

- 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;
- l'utilisation des médias dans le but émancipateur de 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.

QUATRIÈME AXE

Enfin, le quatrième axe est la place donnée à la **créativité**, l'**imagination**, l'**affirmation de la personnalité**, bref au potentiel et aux virtualités de chacun : qui pour l'écriture, qui pour le dessin, qui pour le graphisme, qui pour la photo, qui pour la musique, qui pour le théâtre et la prise de parole, etc. La formation à l'IHECS met en évidence l'interaction constante entre l'intellect et l'affectif. Une attention particulière est accordée à la pédagogie de proximité qui valorise le portefeuille de compétences de chacun, améliore les méthodes d'apprentissage.

Universitaire, appliquée, professionnelle, sociale et créative... la communication enseignée à l'IHECS prend le chemin de l'intégration européenne en réaffirmant avec force sa spécificité, en se basant sur son expérience et sur un produit de formation dont la qualité est aujourd'hui reconnue par ses diplômés et par la profession... et en proposant une véritable progression sur cinq ans dans la formation

Après avoir appris et pratiqué les concepts et contextualisé les pratiques en BAC, les étudiants seront appelés à maîtriser les professions et à construire leur identité professionnelle au cours des années de Master.



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

RÉFORME DES PROGRAMMES

En septembre dernier, l'IHECS s'engageait dans un processus de réforme de ses programmes. Une vaste opération qui s'étale sur une durée de trois ans et qui concerne tant le Bachelier que les Masters.

RÉFORME DU BACHELIER

Le processus a donc débuté en 2014-2015 avec la réforme du programme du premier bloc de Bachelier. Il se poursuit cette année avec la réforme du deuxième bloc et de la première année de Master. Il se clôturera l'an prochain (réforme du 3^{ème} et dernier bloc et de la deuxième année de master).

Cette réforme est motivée par :

- la volonté permanente d'une mise en adéquation avec les nouvelles réalités et pratiques des métiers de la communication;
- la poursuite de relations de plus en plus étroites avec nos partenaires universitaires, en Belgique et à l'étranger;
- les nouvelles exigences de la réforme du paysage de l'enseignement supérieur de la Fédération Wallonie-Bruxelles.

LES CONSÉQUENCES DE LA RÉFORME

Sur le plan pédagogique, cette réforme nous amène à :

- passer de l'ancienne mosaïque de petits cours de 2 crédits, à une douzaine d'unités d'enseignement d'au moins 5 crédits, comme c'est le cas dans la plupart des universités. À l'intérieur de ces UE (unités d'enseignement), les matières sont coordonnées de manière intégrée;
- soutenir une pédagogie du projet et de l'application. Pour quitter l'ancien modèle d'éducation « ex-cathedra », les travaux à réaliser par les étudiants, individuellement ou en groupe, sont favorisés, et cela dès la première année. À cet effet, séances de coaching individualisé, ateliers projets et apprentissages efficaces en eLearning sont encore renforcés;

- offrir à l'étudiant un apprentissage des « médias » plus progressif et intégré que par le passé. Après une première année dédiée à l'image fixe, la seconde sera consacrée au son et à l'image en mouvement pour déboucher sur une troisième consacrée aux pratiques actuelles du web, de l'interactivité et du trans-médias;
- développer de façon plus centrale les compétences linguistiques, orales et écrites des étudiants, que ce soit au niveau de la langue française, mais aussi des langues étrangères.

PRATIQUER LES MÉDIAS DÈS LA PREMIÈRE

Dans ce nouveau schéma d'enseignement, la pratique des médias débute dès la première année de Bachelier avec la photographie et le graphisme qui sont intégrés dans une nouvelle unité d'enseignement baptisée « image fixe ».

Ce module de quinze crédits constitue le premier jalon de la formation médiatique. Il est suivi par l'unité d'enseignement « son et image en mouvement » (2^{ème} bloc). Une unité dédiée « projets transmédiatiques et Web » vient compléter la dynamique (bloc 3, dès 2016-2017).

Une innovation pédagogique qui devrait nous permettre de mieux conjuguer les approches théoriques et pratiques des différents médias tout au long du cursus.

DE L'IMPORTANCE DES LANGUES À L'IHECS

À l'IHECS, nous plaçons l'apprentissage des langues au cœur de la formation. Dès la première année de Bachelier, le programme comprend de nombreux cours et ateliers de langue, non seulement de langues étrangères (anglais, néerlandais et/ou allemand), mais aussi et surtout, de langue française, qu'il s'agisse de l'expression écrite ou orale.

En Master, l'orientation « métier » déjà présente au sein du Bachelier est encore accentuée. Les cours de langue étrangère deviennent des cours en langue étrangère qui s'intègrent parfaitement au parcours académique et aux réalités des secteurs professionnels vers lesquels l'étudiant a choisi de se diriger.

Cette ouverture au multilinguisme est d'ailleurs renforcée par les nombreuses possibilités de séjours d'études et de stages à l'étranger.

3 mesures directes de la réforme « paysage »

L'abandon de la notion de « cours » au profit de celle d'« unité d'enseignement » (UE)

L'unité d'enseignement est un ensemble pédagogique cohérent structuré autour d'objectifs exprimés en compétences et capacités ; chacune de ces unités se décline dans une ou plusieurs activités d'apprentissage éventuellement dispensées par différents enseignants. À toute unité d'enseignement est associée un certain nombre de crédits ; ces crédits sont accumulés de manière définitive par l'étudiant à travers les UE qu'il présente et réussit tout au long de son parcours. À l'IHECS, une UE équivaut à un minimum de cinq crédits.

Le principe d'« année » disparaît progressivement

- Le découpage par année BAC1, BAC2 et BAC3 est graduellement remplacé par une répartition en « blocs » (en général un bloc équivaut à un total de 60 crédits répartis sur les quadrimestres d'une année académique). Les blocs (bloc1, bloc 2, bloc3) désignent un ensemble de crédits suivis idéalement (mais pas obligatoirement) de manière chronologique. Plus flexible et plus responsabilisante, cette configuration permet à l'étudiant d'effectuer une série de choix en fonction de ses échecs et réussites, et ce à partir de la deuxième année d'inscription en bachelier. Lors de sa première année en bachelier à l'IHECS, l'étudiant est obligé de suivre l'entièreté des unités d'enseignements du bloc1.
- L'étudiant ne réussit plus une année, mais accumule des crédits. Lorsqu'au terme de sa première année académique, il a acquis 45 crédits au moins, il poursuit son parcours à sa guise.

Le passage de 12 à 10 pour l'obtention d'une dispense

La réussite d'une UE est acquise lorsque l'étudiant y a obtenu la note de 10/20 ; celle-ci marque le fait qu'il a atteint les socles de compétences minimaux associés à cette UE. Une telle réussite est définitive : l'étudiant ayant ainsi fait la preuve de ses compétences face aux matières de l'UE peut se prévaloir partout et toujours de cette réussite.

Les crédits associés aux UE s'accumulent donc. Pour les étudiants provenant d'autres parcours que celui de l'IHECS, une demande de dispense est toujours possible. Cette mesure –dispense à 10/20– n'est valable que si l'UE justifiant la demande a été suivie après 2014. (Dans le cas où le cours a été suivi avant, il faut toujours y avoir obtenu une note supérieure ou égale à 12/20.) Outre ces conditions, le poids en crédits de l'UE doit bien entendu être identique ou supérieur à celui de l'unité correspondante à l'IHECS. Les demandes doivent être introduites auprès de la direction des études avant le 30 septembre.





**BACHELIER EN
COMMUNICATION
APPLIQUÉE**

BACHELIER EN COMMUNICATION APPLIQUÉE

Programme en 3 ans

Dans le cadre de la réforme des programmes (voir page 8), ne sont présentées ici que la 2^{ème} et 3^{ème} année.

BLOC 1	BLOC 2	CRÉDITS
COURS THÉORIQUES DE BASE		50
Théories de la communication		5
Introduction aux médias et à leurs usages		5
Économie politique		5
Philosophie		5
Histoire et histoire des idées		5
	Sociologie	5
	Psychologie de la communication	5
	Introduction au droit et droit des médias	5
	Institutions et sciences politiques	5
	Cours à choix	5
COMMUNICATION ET RHÉTORIQUE		20
Expression écrite I		5
Narration et formes littéraires		5
	Expression écrite II	5
	Argumentation, rhétorique et expression orale	5
COURS DE LANGUES		20
Langues germaniques		10
Anglais / Néerlandais ou Allemand		
	Langues germaniques	10
	Anglais / Néerlandais ou Allemand	
MÉDIAS		30
Image fixe		15
	Son et images en mouvement	15

INTITULÉS DES ACTIVITÉS D'ENSEIGNEMENT (EN HEURES ET CRÉDITS)	3 ^e ANNÉE	TOTAL GÉNÉRAL	
FORMATION COMMUNE			
MODULE A1 – FONDEMENTS DE LA COMMUNICATION SOCIALE (24 CRÉDITS)			
Anthropologie culturelle	30-2	30-2	
Sciences politiques et sociales	30-2	30-2	
Théorie et pratique des sondages et techniques d'enquête	30-2	30-2	
MODULE A3 – HISTOIRE ET INSTITUTIONS ÉCONOMIQUES, POLITIQUES ET SOCIALES (17 CRÉDITS)			
Droit des médias et de l'information	30-2	30-2	
MODULE A4 – COMMUNICATIONS LITTÉRAIRE, PLASTIQUE ET MUSICALE (8 CRÉDITS)			
Sémiologie et herméneutique	60-2	60-2	
MODULE B3 – ATELIERS MÉDIAS (33 CRÉDITS)			
Graphisme / Photo / Son & Radio / Audiovisuel (TV) / Multimédia	60-18	135-33	
MODULE C1 – COMMUNICATIONS ORALE ET ÉCRITE : FRANÇAIS (12 CRÉDITS)			
Argumentation	30-2	30-2	
MODULE C2 – COMMUNICATIONS ORALE ET ÉCRITE : LANGUES ÉTRANGÈRES (32 CRÉDITS)			
Langue étrangère I : anglais	60-5	180-16	
Langue étrangère II : néerlandais ou allemand	60-5	180-16	
MOBILITY WINDOW (ERASMUS) (MAXIMUM 20 CRÉDITS)			
	300-20	300-20	
PRÉ-ORIENTATIONS EN 3^e ANNÉE			
MODULE D1 – PRÉ-ORIENTATION DE TRANSITION – 3 X 60 HEURES / 3 X 4 CRÉDITS PARMIS			
Pré-orientation Presse & Information			
Information politique et économique	180-12	180-12	
Apprentissage du métier de journaliste			
Connaissance de l'environnement médiatique journalistique			
Pré-orientation Relations publiques			
Théorie des RP – Aspects communicationnels, éthiques et juridiques			
Organisation de l'entreprise – Économie et gestion des ressources humaines			
Élaboration de plans de communication et Gestion de projets			
Pré-orientation Publicité et Communication commerciale			
Théorie de la publicité et de la communication commerciale - Aspects communicationnels éthiques et organisationnels			
Marketing management - Aspects théoriques de la gestion d'entreprise et de la gestion de produit			
Pré-orientation majeure Animation socioculturelle & Education permanente			
Enjeux et perspectives de la culture			
Économie et communication des secteurs non-marchand et culture			
Approches des terrains sociaux et culturels			
MODULE D3 – ACTIVITÉS D'INTÉGRATION PROFESSIONNELLE (6 CRÉDITS)			
Observation du milieu professionnel, séminaires, activités encadrées	180-6	180-6	
COURS AU CHOIX			
MODULE E1 – COURS AU CHOIX (liste évolutive) (4 crédits) (le même cours ne peut être choisi plusieurs fois, à l'exception 1^o du cours d'espagnol qui peut être suivi successivement en Bac2 et en Bac3 ; 2^o du redoublement de l'année d'étude)			
Archéologie de la communication	30-2	60-4	
Documentaire			
Histoire de l'Amérique latine			
IHECS-Opéra			
Langue moderne : espagnol (Marie Haps)			
Musiques et cultures du monde			
Philosophie de l'art (BA3)			
Réalisation, sémiologie et herméneutique de la bande dessinée et du roman photo			
Unité filmique			
Autre(s)			
TOTAL PAR COLONNE	750-60	2190-180	





MASTER EN JOURNALISME
PRESSE ET INFORMATION
SPÉCIALISÉES

**MASTER EN
JOURNALISME
PRESSE ET
INFORMATION
SPÉCIALISÉES**
Programme en 2 ans

MA BLOC 1	CRÉDITS
COURS GÉNÉRAUX	35
Socio-économie des médias (UCL)	5
Déontologie des médias (UCL)	5
Approches juridiques du journalisme entrepreneurial (UCL)	5
Narratologie (UCL)	5
Questions spéciales d'information	5
Actualité et écriture journalistique	5
Environnement médiatique	5
ACTIVITÉS D'INTÉGRATION PROFESSIONNELLE	5
Préparation aux TFE	5
MÉDIAS ET TRAINING	20
Ateliers de pratique journalistique	20

INTITULÉS DES ACTIVITÉS D'ENSEIGNEMENT (EN HEURES ET CRÉDITS)	2 ^e ANNÉE	TOTAL GÉNÉRAL
FORMATION COMMUNE		
MODULE A2 – ACTEURS, CONTEXTES ET MÉCANISMES DE L'INFORMATION		
Questions spéciales d'information	30-2	30-2
Problèmes politiques, économiques et sociaux de l'information	30-2	30-2
MODULE D1 – PROJET MÉDIATIQUE 1 X 60 H (EN FONCTION DU TFE)		
Atelier media du TFE au choix parmi		
Presse parlée		
Presse photographique	60-6	60-6
Presse télévisée		
MODULE E2 – QUESTIONS SPÉCIALES D'INFORMATION – COURS AU CHOIX – 60H OU 2 X 30H		
Un séminaire (60h)		
Journalisme d'investigation et ressources numériques		
Deux séminaires (30h) à choisir parmi (liste évolutive)		
Problématique des réfugiés		
Problématique Nord-Sud		
Proche-Orient		
Sciences philosophiques et religieuses (FUSL)		
Musique et musicologie (UCL)		
Autre(s)		
ACTIVITÉS D'INTÉGRATION PROFESSIONNELLE		
Méthodologie de l'information		
Préparation du TFE II	30-3	30-3
Stage, séminaires, ateliers, TFE	300-25	300-25
FORMATION AU CHOIX (UNE OPTION DE 300 H À CHOISIR PARMIS)		
PRESSE RÉGIONALE ET LOCALE		
Les responsabilités juridiques et financières des pouvoirs locaux et régionaux	40-3	40-3
Les nouveaux enjeux de la démocratie locale	20-1	20-1
L'information dans les régions : réalisations	30-2	30-2
Le journalisme régional et local : presse écrite	30-2	30-2
Cours au choix (Module E2)	60-4	60-4
Stages, séminaires, ateliers spécifiques à la formation	120-10	120-10
JOURNALISME EUROPÉEN (CCOE AVEC L'UCL)		
Acteurs, principes, mécanismes décisionnels et consultatifs communautaires	40-3	40-3
L'information européenne pour un média de proximité	10-1	10-1
Le traitement d'une session parlementaire européenne	30-2	30-2
Réalisations en journalisme européen	40-2	40-2
Cours au choix (Module E2)	60-4	60-4
Stages, séminaires, ateliers spécifiques à la formation	120-10	120-10
NEWSROOM MANAGEMENT (CCOE AVEC L'UCL)		
Organisation et secrétariat de rédaction – Cours obligatoires et cours au choix	180-12	180-12
Stages, séminaires, ateliers spécifiques à la formation	120-10	120-10
PHOTOJOURNALISME ET PRESSE MAGAZINE		
Atelier de photoreportage	30-2	30-2
Économie et enjeux stratégiques de la presse magazine	30-2	30-2
La photo et le visuel dans la presse magazine	30-2	30-2
Presse magazine : écriture et réalisations	30-2	30-2
Cours au choix (Module E2)	60-4	60-4
Stages, séminaires, ateliers spécifiques à la formation	120-10	120-10
TOTAL	750-60	1590-120





**MASTER EN COMMUNICATION
APPLIQUÉE SPÉCIALISÉE
RELATIONS PUBLIQUES**



**MASTER EN
COMMUNICATION
APPLIQUÉE
SPÉCIALISÉE
RELATIONS
PUBLIQUES**

Programme en 2 ans

MA BLOC 1	CRÉDITS
FONDEMENTS DES RELATIONS PUBLIQUES	10
Relations presse et documents RP	5
Research and case studies in PR	5
DOMAINES D'APPLICATION DES RP	30
Communication marketing I (ULB)	5
Communication corporate I (ULB)	5
E-communication des organisations et des institutions (ULB)	5
Influences et lobbying (ULB)	5
Communication interne	5
Milieucommunicatie ou Werbung und PR	5
MÉDIAS	20
Stratégie médiatique et ateliers de production RP	20

INTITULÉS DES ACTIVITÉS D'ENSEIGNEMENT (EN HEURES ET CRÉDITS)	2 ^e ANNÉE	TOTAL GÉNÉRAL
FORMATION COMMUNE		
FORMATION DE BASE		
Méthodologie de la communication appliquée		
Préparation du TFE II	30-2	30-2
ACTIVITÉS D'INTÉGRATION PROFESSIONNELLE		
Stages, séminaires, ateliers, TFE	300-25	300-25
MODULE A3 – L'ENVIRONNEMENT DES RELATIONS PUBLIQUES		
Organisation de l'entreprise II : Gestion des ressources humaines	30-2	30-2
MODULE C1 – DOCUMENTS RP		
Conception et réalisation des documents RP	60-4	60-4
MODULE D1 – PROJET MÉDIATIQUE : 1 X 30 H PARMİ (EN FONCTION DU TFE)		
Média fixe		
Média linéaire	30-7	30-7
Média interactif		
MODULE E1 – COURS AU CHOIX : 1 X 30 H PARMİ (LISTE ÉVOLUTIVE)		
Communication non marchande		
Communication financière		
Création d'entreprise		
Presse d'entreprise		
Sponsoring		
Autre(s)		
FORMATIONS AU CHOIX (UNE FORMATION DE 300 H À CHOISIR PARMİ)		
COMMUNICATION ET AFFAIRES EUROPÉENNES		
Politiques, programmes, mécanismes décisionnels et consultatifs communautaires	30-2	30-2
Appels d'offres et gestion de projets européens	30-2	30-2
Élaboration d'outils à l'aide à la décision politique	30-2	30-2
Internal and external communication of European interest groups	30-2	30-2
Cours au choix (Module E1)	30-2	30-2
Stages, séminaires, ateliers spécifiques à l'option	120-10	120-10
ORGANISATION ET GESTION DE LA CONNAISSANCE		
General principles of knowledge management	30-2	30-2
Management	30-2	30-2
Change management and knowledge communication	30-2	30-2
Développement personnel et motivation	30-2	30-2
Cours au choix (Module E1)	30-2	30-2
Stages, séminaires, ateliers spécifiques à l'option	120-10	120-10
COMMUNICATION DE CRISE		
Communication de crise	30-2	30-2
Prise de parole et gestion de groupes	30-2	30-2
Issue management	30-2	30-2
Gestion du changement	30-2	30-2
Cours au choix (Module E1)	30-2	30-2
Stages, séminaires, ateliers spécifiques à l'option	120-10	120-10
TOTAL	720-60	1440-120





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

**MASTER EN
COMMUNICATION
APPLIQUÉE
SPÉCIALISÉE
PUBLICITÉ ET
COMMUNICATION
COMMERCIALE**
Programme en 2 ans

MA BLOC 1	CRÉDITS
FONDEMENTS DE LA PUBLICITÉ & DE LA COMMUNICATION COMMERCIALE	10
Compréhension du marché et du consommateur	5
Connaissance et utilisation des médias publicitaires et commerciaux	5
TECHNIQUES PROPRES À LA PUBLICITÉ & À LA COMMUNICATION COMMERCIALE	30
Communication publicitaire & commerciale hors média	5
Séminaire multilingue : publicité & communication commerciale	5
De la planification stratégique à la conception de campagne publicitaire	5
Approches juridiques de la communication publicitaire & commerciale	5
Recherche documentaire critique en communication publicitaire & commerciale	5
Enjeux digitaux en communication publicitaire & commerciale	5
MÉDIAS ET TRAINING	20
Stratégie médiatique et ateliers de production publicitaire & commerciale	20

INTITULÉS DES ACTIVITÉS D'ENSEIGNEMENT (EN HEURES ET CRÉDITS)	2 ^e ANNÉE	TOTAL GÉNÉRAL
FORMATION DE BASE		
ACTIVITÉS D'INTÉGRATION PROFESSIONNELLE		
Stages, séminaires, ateliers, TFE	300-25	300-25
MODULE B2 – MÉDIAS LINÉAIRES (60H AU CHOIX)		
Réalisations télévisuelles ou radiophoniques 1 ^{ère} partie	30-3	30-3
Réalisations télévisuelles ou radiophoniques 2 ^{ème} partie	30-2	30-2
MODULE B3 – MÉDIA INTERACTIF		
Réalisations graphiques ou multimédia 1 ^{ère} partie	30-2	30-2
Réalisations télévisuelles ou radiophoniques 2 ^{ème} partie	60-4	60-4
MODULE D1 – PROJET MÉDIATIQUE : 1 X 30 H PARMİ (EN FONCTION DU TFE)		
Média fixe Média linéaire Média interactif	30-2	30-2
MODULE E1 – COURS AU CHOIX : 2 X 30 H PARMİ (LISTE ÉVOLUTIVE)		
Éthique des affaires	60-4	60-4
Conception multimédia		
Organisation de l'incertitude		
Sponsoring		
Histoire du socialisme		
FORMATION AU CHOIX (UNE FORMATION DE 300 H À CHOISIR PARMİ)		
COORDINATION ET MÉDIA MANAGEMENT – APPROCHE GÉNÉRALE		
Business plan & Gestion financière	30-2	30-2
Stratégie média internationale	30-2	30-2
Management	30-2	30-2
Communiqué de presse	30-2	30-2
Marketing et opération	30-2	30-2
Conception et rédaction publicitaire	30-2	30-2
Stages, séminaires, ateliers spécifiques à l'option	120-10	120-10
COORDINATION ET MEDIA MANAGEMENT – APPROCHE INTERNATIONALE		
Business plan et Gestion financière	30-2	30-2
Stratégie média internationale	30-2	30-2
Communiqué de presse	30-2	30-2
Économie d'entreprise & Droit commercial international	30-2	30-2
Cours au choix : Communication marketing internationale & Approche internationale du business plan	30-2	30-2
Cours au choix : Approche internationale des droits intellectuels & Approche internationale de la propriété industrielle	30-2	30-2
Stages, séminaires, ateliers spécifiques à l'option	120-10	120-10
CRÉATIVITÉ		
Éléments de gestion – Business plan & Gestion financière	30-2	30-2
Stratégie média internationale	30-2	30-2
Création et conception publicitaire	30-2	30-2
Merchandising, design et packaging	30-2	30-2
Cours au choix : Stratégie générale – Marketing et opération	30-2	30-2
Cours au choix : Conception et rédaction publicitaire	30-2	30-2
Stages, séminaires, ateliers spécifiques à l'option	120-10	120-10
TOTAL	780-60	1500-120





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

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

Programme en 2 ans

MA BLOC 1	CRÉDITS
FONDEMENTS ET ENVIRONNEMENTS DE L'ANIMATION SOCIOCULTURELLE ET DE L'ÉDUCATION PERMANENTE	20
Politiques culturelles	5
Cultural studies : Globalisation (en anglais)	5
Management des actions, organisations et institutions socioculturelles	5
Questions spéciales de l'animation socioculturelle et de l'éducation permanente	5
MÉTHODOLOGIE D'APPROCHE DES TERRAINS ET PROJETS DE L'ANIMATION SOCIOCULTURELLE ET DE L'ÉDUCATION PERMANENTE	20
Préparation aux TFE I	5
Gestion de projets et méthodes d'intervention et d'animation socio-éducatives	5
Médias et approches de terrains socioculturels	5
Écritures et productions médiatiques	5
PROJETS DE PRODUCTION MÉDIATIQUE ET ACTIVITÉS D'INTÉGRATION PROFESSIONNELLES	20
Projets et ateliers de production médiatique	20

INTITULÉS DES ACTIVITÉS D'ENSEIGNEMENT (EN HEURES ET CRÉDITS)	2 ^e ANNÉE	TOTAL GÉNÉRAL
FORMATION DE BASE		
Méthodologie de la communication appliquée		
Préparation du TFE 2	60-4	60-4
ACTIVITÉS D'INTÉGRATION PROFESSIONNELLE		
Stage, séminaires, ateliers, TFE	300-25	300-25
MODULE A2 – L'ENVIRONNEMENT ET LES OUTILS DE L'ANIMATION SOCIOCULTURELLE ET ÉDUCATION PERMANENTE		
Management public : Marketing social et culturel	30-3	60-5
MODULE D1 – PROJET MÉDIATIQUE : 1 X 30 H PARMİ (EN FONCTION DU TFE)		
Médias fixes (graphisme et photo)	30-6	30-6
Médias linéaires (Vidéographie ou son)		
Médias interactifs (web 2.0. et réseaux)		
MODULE E1 – COURS AU CHOIX : 1 X 30 H PARMİ (LISTE ÉVOLUTIVE)		
Animation et critique artistique		
Conception multimédia		
Ontwikkelingssamenwerking en humanitaire hulp		
Philosophie de l'art		
Photo		
Politique internationale : ingérence humanitaire et droit international		
Problématique des réfugiés		
Proche Orient		
Autre(s)		
FORMATION AU CHOIX (UNE FORMATION DE 300 H À CHOISIR PARMİ)		
ANIMATION ET ÉVÉNEMENTS		
Structures, institutions et problèmes culturels	30-2	30-2
Industrie des loisirs et de la culture – Médiation et animation culturelles	30-2	30-2
Production d'événements culturels	30-2	30-2
Réseaux culturels européens	30-2	30-2
Cours au choix : Cultural studies ou Intercultural communication	30-2	30-2
Cours au choix (Module E1)	30-2	30-2
Stages, séminaires, ateliers spécifiques à l'option	120-10	120-10
COMMUNICATION ET DÉVELOPPEMENT		
Problématique du développement : ONGd et intervention humanitaire	30-2	30-2
Problématique des réfugiés	30-2	30-2
Réseaux de développement et politiques médiatiques : Europe/Sud	30-2	30-2
Médias et développement : rhétoriques médiatiques	30-2	30-2
Intercultural communication	30-2	30-2
Cours au choix (Module E1)	30-2	30-2
Stages, séminaires, ateliers spécifiques à l'option	120-10	120-10
ÉDUCATION PERMANENTE ET MÉDIAS		
Éducation des adultes	30-2	30-2
Éducation aux médias et stratégies d'intervention	30-2	30-2
Médias, création et émancipation	30-2	30-2
Politiques et réseaux de l'éducation permanente (Europe)	30-2	30-2
Cultural studies	30-2	30-2
Cours au choix (Module E1)	30-2	30-2
Stages, séminaires, ateliers spécifiques à l'option	120-10	120-10
TOTAL	720-60	1500-120





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

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

Programme en 2 ans

MA BLOC 1	CRÉDITS
FONDEMENTS DE L'ÉDUCATION AUX MÉDIAS	10
Éducation aux systèmes de symbolisation culturels	5
Éducation aux médias (UCL)	5
MÉTHODOLOGIE DE LA RECHERCHE APPLIQUÉE	5
Méthodes et techniques de recherche et d'évaluation en éducation aux médias	5
ANALYSE DES MÉDIAS ET DE LEUR PUBLIC	15
Analyse des langages médiatiques	5
Psychosociologie des usagers et des pratiques médiatiques	5
Analyse des productions culturelles et médiatiques (UCL)	5
CONCEPTION, RÉALISATION ET ÉVALUATION DE MÉDIAS ÉDUCATIFS	20
Techniques de réalisation des médias fixes et linéaires	5
Atelier de conception, mise en situation et évaluation de dispositifs d'ÉAM	5
Conception et réalisation d'environnements d'apprentissage en ligne	5
Effets éducatifs des médias (UCL)	5
INTERVENTION PÉDAGOGIQUE EN ÉDUCATION AUX MÉDIAS	15
Techniques pédagogiques et didactique de l'ÉAM	5
Terrains d'intervention pour l'ÉAM	5
Gestion du non-marchand et création d'associations (UCL)	5

INTITULÉS DES ACTIVITÉS D'ENSEIGNEMENT (EN HEURES ET CRÉDITS)	2 ^e ANNÉE	TOTAL GÉNÉRAL
FORMATION DE BASE		
FORMATION DE BASE		
Préparation du TFE 1	30-2	30-2
Préparation du TFE 2	30-2	30-2
Méthodes et techniques de recherche et d'évaluation en éducation aux médias	60-3	120-7
ACTIVITÉS D'INTÉGRATION PROFESSIONNELLE		
Stage, séminaires, ateliers, TFE	255-25	255-25
MODULE A1 – FONDEMENTS ET DOMAINES DE L'ÉDUCATION AUX MÉDIAS		
Les terrains d'intervention pour l'éducation aux médias	60-5	60-5
Analyse et approches socio-éducative des pratiques ludiques	60-4	60-4
Enjeux idéologiques et politiques des médias et de l'éducation aux médias	30-2	30-2
Médiologie appliquée à l'éducation aux médias	30-2	30-2
MODULE A2 – L'ENVIRONNEMENT ET LES OUTILS DE L'ÉDUCATION AUX MÉDIAS		
Droit et devoirs des usagers et des producteurs de contenus virtuels	30-2	30-2
Vulgarisation des savoirs et nouveaux médias	30-2	30-2
MODULE A3 – ANALYSE ET CONCEPTION DE CONTENUS MÉDIATIQUES		
Conception, réalisation et expérimentation d'un média éducatif	75-5	135-10
FORMATION AU CHOIX		
3 cours/année à choisir dans le cadre des cours de l'IHECS ou d'une institution en partenariat, en fonction des parcours suivis précédemment et du projet de l'étudiant :		
Effets éducatifs des médias (UCL) Éducation aux médias (UCL) Analyse des productions culturelles et médiatiques (UCL) Intercultural communication (cours en anglais) Cultural studies (cours en anglais) Globalisation (cours en anglais) Écritures médiatiques Vie associative et diffusion culturelle Questions spéciales de l'éducation permanente Éducation et médias Autres	90-6	180-18
TOTAL	780-60	1440-120

JOURNÉES PORTES OUVERTES

Mercredi **16 mars** 2016 de 14h00 à 16h00

Samedi **16 avril** 2016 de 10h00 à 12h30

NUIT DES MÉDIAS

Mercredi **11 mai** 2016 dès 13h00



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.

