

2026-2027

ihecs

BRUSSELS SCHOOL
JOURNALISM & COMMUNICATION

PROGRAMME
DU BACHELIER ET DES MASTERS

SOMMAIRE

STRUCTURE DES ÉTUDES 03

L'IHECS FORME AU JOURNALISME ET À LA COMMUNICATION 05

S'ADAPTER POUR MIEUX COLLER AUX RÉALITÉS DES MÉTIERS 07

BACHELIER EN COMMUNICATION APPLIQUÉE 09

MASTER EN JOURNALISME 12

- PRESSE ET INFORMATION SPÉCIALISÉES 12

MASTERS EN COMMUNICATION APPLIQUÉE SPÉCIALISÉE 14

- RELATIONS PUBLIQUES 14
- PUBLICITÉ ET COMMUNICATION COMMERCIALE 16
- COMMUNICATION CULTURELLE ET SOCIALE (ASCEP) 18
- ÉDUCATION AUX MÉDIAS 20
- MANAGEMENT D'ÉVÉNEMENTS 22

PROGRAMME ÉTUDIANTS EN ÉCHANGE IN 24

- PROGRAMS FOR INTERNATIONAL STUDENTS 25

LISTE DU PERSONNEL ENSEIGNANT 26

LOCALISATION ET ACCÈS 28



STRUCTURE DES ÉTUDES : UN PREMIER CYCLE, BACHELIER, SUIVI D'UN DEUXIÈME CYCLE, MASTER

*Le cursus de formation à l'IHECS comprend **2 cycles** : d'abord un **Bachelier** (dit de transition) de 180 crédits (trois années), suivi d'un **Master de spécialisation** de 120 crédits (deux ans).*

Plusieurs filières de formation et diplômes sont proposés.

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



PREMIER CYCLE (180 CRÉDITS, 3 ANNÉES)

Les trois années de bachelier en communication appliquée constituent des humanités numériques préparant aux spécificités des métiers de la communication.

- Le programme du bachelier vise à doter l'étudiante et l'étudiant d'une culture communicationnelle moderne où sciences humaines, numérique, techniques de l'image et du son, arts, langues et expression orale ou écrite forment un ensemble intégré.
- Apprentissage conceptuel, intégration d'une démarche critique et de contextualisation, pratique des médias et mise en pratique des connaissances donnent au bachelier un caractère polyvalent dans le domaine de la communication.
- Après une première année commune à tous, l'étudiante et l'étudiant construisent leur parcours personnel.Dès la deuxième année, dans le respect d'une logique de prérequis, ils construisent leur programme en sélectionnant les unités d'enseignement proposées qui le composent ; ils poursuivent cette élaboration durant la troisième année où ils choisissent aussi une préorientation qui les introduit au master auquel ils se destinent (journalisme, animation socioculturelle et éducation permanente, publicité, relations publiques voire éducation aux médias ou management d'événements).
- Au terme de ce premier cycle, le diplôme identique pour tous est un Bachelier en communication appliquée.





DEUXIÈME CYCLE (120 CRÉDITS, 2 ANNÉES)

Les deux années de master peuvent se réaliser dans six filières distinctes :

- en journalisme, avec le master en presse et information spécialisées,
- en communication culturelle et sociale,
- en publicité et communication commerciale,
- en relations publiques,
- en éducation aux médias,
- en management d'événements.

Les quatre premiers masters ne sont accessibles directement qu'aux étudiants issus du premier cycle issu de l'IHECS, les deux derniers sont non seulement ouverts à ces étudiants, mais également, selon certaines conditions d'accès, à ceux ayant effectué d'autres premiers cycles.

Chaque master poursuit l'objectif d'approfondir un domaine de la communication. Mettant une fois encore la pratique et l'analyse au centre de leurs formations, ces masters permettent d'acquérir la maîtrise professionnelle du champ communicationnel choisi.

- Chaque master possède un programme de cours et d'activités largement spécifiques.
- Comme en bachelier, l'étudiante et l'étudiant construisent leur parcours à travers les choix qui leur sont proposés tout au long des deux années de formation ; le programme qu'ils élaborent leur permet de se bâtir une identité propre.
- Le choix du master n'est pas une urgence : il peut être mûrement réfléchi tout au long des années de premier cycle.

MOBILITÉ INTERNATIONALE

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

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

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



L'IHECS FORME AU JOURNALISME ET À LA COMMUNICATION

NOS SPÉCIFICITÉS

UNE COMMUNICATION APPLIQUÉE

L'enseignement à l'IHECS est analytique, critique et pratique.

Les cours généraux constituent le fondement de la formation. Cette solide base est très vite mise en contexte : un travail de terrain, un apprentissage par projets, une pratique médiatique et des langues, une attention à l'insertion professionnelle opérationnalisent les savoirs. Sur un mode inductif et au plus proche de la réalité, les questions d'information et de communication sont envisagées de façon appliquée, concrète, mais aussi générale pour que leur universalité puisse être comprise. L'enseignement dispensé est donc à la fois scientifique et enraciné dans l'action ; il se différencie de l'approche prévalant dans les cursus universitaires classiques par sa méthode inductive et pragmatique.

Dans la formation de l'IHECS, la communication est toujours l'objectif premier. Si la pratique des langues et de l'écriture, les pratiques médiatiques, l'apprentissage inductif par problèmes viennent enrichir les composantes habituelles d'un enseignement en communication sociale, le but n'est jamais de faire de la technique une fin en soi, mais de pouvoir grâce à elle exprimer plus efficacement un message, une intention, une idée déterminée. En un mot : de communiquer.

Cette démarche justifie l'appellation de **communication appliquée.**

UNE VOCATION PRATIQUE

Cette pédagogie valorisant la pratique dans et pour l'apprentissage permet d'asseoir l'horizon professionnel de la formation. Pour offrir à chaque étudiante et étudiant la possibilité de se construire une identité professionnelle forte, des moyens sont mis en œuvre tout au long de la formation :

- la forte présence de professionnels dans le corps enseignant (aux environs de la moitié) et dans les jurys,
- l'implication de ces professionnels et des associations qui les représentent dans l'élaboration des programmes et leur constante mise à jour,
- la place donnée à la pratique avec des moyens techniques professionnels et de pointe, ainsi qu'aux travaux réalisés en lien étroit avec les professions, entre autres pour la partie dite « médiatique » du mémoire,
- la valorisation du travail personnel dans une perspective fonctionnelle d'intégration sur le marché du travail, jusqu'à la formation à l'entrepreneuriat,
- l'importance dévolue dans le cursus aux langues, tant dans les cours que dans les échanges internationaux,
- le réseau de contacts entretenu avec les entreprises, les groupements, les associations et les pouvoirs publics ainsi que l'organisation de rencontres régulières avec la profession (entre autres ateliers, colloques, séminaires, speed mentoring ou journées de travail),
- l'intervention et les rencontres avec les Alumni de l'IHECS tout au long de la formation,
- rappelons enfin qu'à travers l'IHECS Academy, l'institut organise de la formation continue, ce qui accentue encore le feedback de la profession sur la formation initiale.

UNE ORIENTATION SOCIALE

Notre formation poursuit également une vocation sociale. Cet ancrage social est la base d'une culture école connue pour la qualité de ses relations humaines. Cet « esprit-maison » s'exprime entre autres dans

- une disponibilité des enseignants et les relations de proximité entre enseignants et étudiants,
- une pédagogie d'intégration qui favorise les dynamiques collectives à travers les travaux de groupe et les cours d'accompagnement,
- une volonté partagée par nos enseignants d'amener les individus et les groupes qui y ont rarement accès à une prise de parole publique, ce qui participe à l'essence véritablement sociale de la communication et de l'information,
- une ouverture aux questions actuelles, avec par exemple l'intégration de formateurs réfugiés dans quelques activités d'apprentissage ou l'accueil dans les cours d'étudiants réfugiés,
- une approche « bien social » et « service public » de l'information et de la communication, qui éclaire plus qu'elle n'éblouit, qui intéresse plus qu'elle ne captive,
- in fine, l'utilisation des médias dans un but émancipateur : renforcer au sein de la société les processus de transmission, d'échange, de partage et de construction critique des savoirs, qu'ils soient techniques, scientifiques, économiques, sociaux, écologiques, politiques, éthiques ou culturels.

UNE CRÉATIVITÉ SOUTENUE

Enfin, la dernière particularité de l'institution est la place donnée à la **créativité**, **l'imagination**, **l'affirmation de la personnalité**, bref au potentiel et aux virtualités de chacun. La formation à l'IHECS met en évidence l'interaction constante entre l'intellect et l'affectif, la critique et la réalisation, la stratégie et l'outil. Pour libérer les capacités de chacun et pour faire émerger les talents, une attention particulière est accordée à la pédagogie de proximité qui valorise le portefeuille de compétences de chacun. Par ce learning by doing constamment mis en œuvre dans l'apprentissage, les personnalités se forgent 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.

CE PROGRAMME SE DÉCLINE

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 1er février au 30 juin, le dernier du 1er 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.

Cette volonté affirmée amène

- à mettre l'application et la **pratique** au centre de la pédagogie : que ce soit en groupe ou individuellement, la réalisation de travaux par les étudiants est favorisée,
- à privilégier l'autonomie des étudiants, la méthode inductive et le rapport au **terrain**,
- ce rapport au concret et cette pratique concernent également les médias qui sont des **outils** permettant l'information, la communication et la transmission de messages ; les étudiants bénéficient d'un accompagnement professionnel dans la découverte et l'utilisation raisonnée du numérique, de l'image fixe (graphisme et photographie), du son et de l'image en mouvement.
- Du point de vue pédagogique, ce programme débouche sur le développement de l'apprentissage autour de **trois piliers** structurants : d'abord, la culture générale et les fondements des sciences de l'information et de la communication, ensuite, les langues et l'expression linguistique écrite ou orale, enfin, la découverte et la pratique des médias :
- la **culture générale** et les sciences de l'information et de la communication sont développées durant les trois premières années de bachelier, 75 des 180 crédits de bacheliers y sont consacrés ; à travers les grandes disciplines des sciences humaines, l'ambition est d'équiper les étudiants des connaissances et des savoirs utiles à la contextualisation et à l'analyse des situations contemporaines auxquelles ils seront confrontés,
- les **langues** germaniques et **l'expression** orale et écrite, tant en français que dans les langues étrangères, constituent une base nécessaire de la maîtrise de la communication, 55 des 180 crédits de bachelier y sont consacrés, la moitié pour les langues germaniques, l'autre moitié pour l'expression française ; cette pratique se poursuit dans les masters avec des cours en langues et des exercices concrets d'expression,
- la compréhension des langages et la pratique des **médias** forment le dernier pilier qui constitue 50 des 180 crédits de bachelier ; dès la première année, le rapport empirique aux médias est développé, les étudiants sont appelés à pratiquer le plus professionnellement possible les langages et les outils des médias contemporains, à partir du numérique et d'Internet pour y intégrer progressivement l'ensemble des outils offerts par les techniques de communication.

Les crédits

Dans le supérieur, plutôt que de parler d'année de cours, il est question d'une accumulation de crédits. Tout enseignement, comme tout cycle, est associé à un ensemble de crédits. Les crédits sont accumulés par l'étudiante et l'étudiant au fur et à mesure de leur parcours.

Une année d'enseignement équivaut à 60 crédits, il s'agit d'une norme internationale à laquelle la Communauté française et l'IHECS souscrivent ; à l'IHECS les unités d'enseignement sont toujours des multiples de cinq (matériellement, cinq, dix ou quinze crédits en bachelier, jusqu'à 20 crédits en master). Les crédits sont acquis par les étudiants au terme d'épreuves (examens ou travaux) qui permettent de les valider. Tout crédit acquis l'est définitivement (à l'IHECS ou ailleurs en Communauté française).

L'unité d'enseignement

Plutôt que de parler de « cours » ou de matières, comme dans le secondaire, l'enseignement supérieur est construit autour d'unités d'enseignement (UE). Une unité d'enseignement est un ensemble pédagogiquement cohérent au terme duquel doivent être acquis une série de compétences.

Au sein d'une unité d'enseignement, qui peut être assumée par un ou plusieurs enseignants, il y a une ou plusieurs activités d'apprentissage (AA). Ces activités d'apprentissage réparties au long de chaque quadrimestre correspondent à un cours ou un enseignement spécifique. Des crédits sont associés à chaque activité d'apprentissage (et donc à chaque unité d'enseignement) : la validation des crédits est cumulative.

Le programme d'année

Les étudiants doivent en début d'année (avant le 31 octobre) choisir les unités d'enseignement qui composeront leur programme d'année.

Ce choix est contraint en première année (tous les étudiants ont les mêmes 60 crédits), mais est libre (en respectant les prérequis) dans la suite. Un programme d'année doit normalement comporter 60 crédits.

La validation de crédits

La réussite d'une activité d'apprentissage comme d'une unité d'enseignement est à 10/20 (50%). Les crédits s'accumulent au fur et à mesure du parcours étudiant. L'étudiant doit valider les 60 premiers crédits endéans deux années, il reste inscrit en première année tant qu'il n'a pas validé l'ensemble de ces 60 premiers crédits (même s'il peut, sous condition, suivre et valider des unités de la suite) ; pour qu'une unité d'enseignement soit validée, il est nécessaire que les activités qui la composent soient collectivement réussies (c'est-à-dire que la moyenne pondérée de l'unité soit elle-même supérieure à 50%).



BACHELIER EN COMMUNICATION APPLIQUÉE

BACHELIER EN COMMUNICATION APPLIQUÉE

Programme en 3 ans

	CRÉDITS
BLOC 1	**60**
COURS THÉORIQUES DE BASE	
Théories de la communication (TCOM1125)	5
Introduction aux médias et à leurs usages (MEDI1113)	5
Économie politique (ECOP1126)	5
Philosophie (FILO1114)	5
Histoire et histoire des idées (HIST1117)	5
COMMUNICATION ET RHÉTORIQUE	
Expression écrite (I) et critique des sources (ECRI1108)	5
Narration et formes littéraires (NARA1129)	5
COURS DE LANGUES	
Anglais / Néerlandais ou Allemand (LANG1102)	10
COURS MÉDIAS	
Codes & langages médiatiques (CODE1101)	15

Les grilles de cours telles que présentées ci-dessous sont une proposition de cursus faite par l'IHECS. L'étudiant est libre de choisir ses cours théoriques tout en respectant les prérequis et un minimum de 60 crédits par année.

BLOC 2	**60**
COURS THÉORIQUES DE BASE	
Sociologie (SOCI1213)	5
Psychologie de la communication (PSYC1215)	5
Introduction au droit et droit des médias (DROI1226)	5
Institutions et sciences politiques (SCPO1224)	5
Cours à choix (CRIT1219 - ETPO1219 - DSGN1219 - CNVT1219 - TEFL1219 - GENR1219 - IESN1219 - ESPA1219 - PDCA1219 - WORD1219 - EHBE1212)	5
COMMUNICATION ET RHÉTORIQUE	
Expression écrite (II) et traitement des sources (ECRI1207)	5
Argumentation, rhétorique et expression orale (ARGU1203) / (ARGU2103)	5
COURS DE LANGUES	
Anglais / Néerlandais ou Allemand (LANG1202)	10
COURS MÉDIAS	
Expression(s) médiatique(s) (EXME1201)	15

BLOC 3	**60**
COURS THÉORIQUES DE BASE	
Linguistique et sémiologie (LING1325)	5
Anthropologie de la culture et de la communication (ANTH1313)	5
Management (MANA1321)	5
Préorientations sections I (FDPI1327 - FDRP1327 - FDPU1327 - FDAS1327)	5
Préorientations sections II (ACTU1316 - GPAG1318 - ENIN1318 - CULT1318)	5
COMMUNICATION ET RHÉTORIQUE	
Préorientations sections III (EEPI1315 - EMRP1315 - COPY1315 - PROB1315)	5
COURS DE LANGUES	
Anglais / Néerlandais ou Allemand (LANG1312)	5
Projets Langues (LANG1322)	5
COURS MÉDIAS	
Communication visuelle et interfaces numériques (DECO1311)	10
Création en communication numérique (DECO1321)	10

UNITÉS « COURS À CHOIX » ET UNITÉS D'ENSEIGNEMENT DE PRÉORIENTATION	CRÉDITS
COURS À CHOIX EN BLOC 2	
Introduction à la communication politique (CRIT1219)	5
Ethique et politique de l'IA (ETPO1219)	5
Information Design (DSGN1219)	5
Néerlandais spécialisé CNaVT (CNVT1219)	5
Anglais spécialisé TOEFL (TEFL1219)	5
Introduction aux études de genre (GENR1219)	5
Introduction aux études sonores et musicales (IESN1219)	5
Espagnol (ESPA1219)	5
Photographie documentaire contemporaine & analyse d'images (PDCA1219)	5
Word et PowerPoint pour les métiers de la communication (WORD1219)	5
Events & Entertainment (EhB) (EHBE1212)	5
PRÉORIENTATION EN BLOC 3 - À CHOISIR PARMI	
Préorientation section I PI : Fondements du Journalisme (FDPI1327) RP : Fondements théoriques et études de cas en Relations Publiques (FDRP1327) PUB : Fondements de la Publicité et Communication Commerciale (FDPU1327) MACCS : Fondements de l'éducation permanente (FDAS1327)	5
Préorientation section II PI : Comprendre et traiter l'actualité (ACTU1316) RP : Gestion de projet, animation et dynamique de groupe (GPAG1318) PUB : Entrepreneuriat et incubation (ENIN1318) MACCS : Enjeux et perspectives de la culture (CULT1318)	5
Préorientation section III et activités d'intégration professionnelle PI : Découverte des métiers du journalisme (EEPI1315) RP : Écosystème du milieu des RP en Europe (EMRP1315) PUB : Copywriting (COPY1315) MACCS : Atelier de problématisation : enquêter sur les métiers invisibilisés (PROB1315)	5



MASTER EN PRESSE ET INFORMATION SPÉCIALISÉES

MASTER EN PRESSE ET INFORMATION SPÉCIALISÉES

Programme en 2 ans

	CRÉDITS
MA BLOC 1	**60**
COURS GÉNÉRAUX	
Déontologie des médias et enjeux de l'activité informationnelle (DEON2112)	5
Approfondissement de l'actualité (ACTU2103)	5
Narratologie : analyse des formes et récits journalistiques (RECI2124)	5
Méthode de recherches (METH2110)	5
Politique, crises et mutations démocratiques (POLI2122)	5
Journalisme, IA et numérique (NUME2114)	5
Cours en langues à choisir parmi : Huidige problematiek 1 (ACNL2123) Current affairs (ACGB2123)	5
PROJETS DE FIN D'ÉTUDES	
Mémoire médiatique : pépinière de projets (MEMD2121)	3
Mémoire théorique : pépinière de recherches (MEMT2123)	2
ATELIERS ET PROJETS	
Ateliers de pratique journalistique I : Initiation aux différents langages médiatiques (ATPI2112)	10
Ateliers de pratique journalistique II : Parcours spécialisés au choix (ATPI2122)	10

MA BLOC 2	**60**
COURS GÉNÉRAUX	
Géopolitique (GEOP2219)	5
Cours en langues à choisir parmi : Huidige problematiek II (PROB2212) Cultural studies (CULS2215) Political Consumerism and Post-Democratic Engagement (CENE2213)	5
PROJETS DE FIN D'ÉTUDE	
Suivi des projets de mémoires et insertion professionnelle (PROJ2216)	5
Mémoire médiatique (MMPI2211)	10
Mémoire théorique (MTPI2222)	10
STAGES	
Stages (STPI2221)	10
Mobilité Erasmus Aarhus (STER2229)*	30
ATELIERS ET PROJETS	
Projet thématique à choisir parmi : Politique : au coeur des lieux de pouvoir (POLI2211) Culture : couvrir un festival de cinéma (en collaboration avec la HELB) (CULT2211) Sport : couverture multimédia (SPOR2211) OSINT : découverte des techniques d'enquête en ligne (OSIN2211) Économie : plongée dans l'actu socio-économique (ECON2211) Journalisme et démocratie : réflexion sur le récit médiatique des innovations démocratiques (DEMO2211)	5
10 crédits de spécialisation à choisir parmi : Journalisme européen : les rouages de la capitale de l'Europe (EURO2215) Investigation collaborative et datajournalisme (OSIN2212)** Culture : projet Kanal (CULT2213) Bruxelles : enquête en partenariat avec Le Soir (SOIR2214) Mook : projet de revue (presse écrite, photojournalisme et graphisme) (MOOK2213) *Sur candidature (à la place des stages) **Prérequis : OSIN2211	10



MASTER EN COMMUNICATION APPLIQUÉE SPÉCIALISÉE RELATIONS PUBLIQUES

MASTER EN COMMUNICATION APPLIQUÉE SPÉCIALISÉE
RELATIONS PUBLIQUES

Programme en 2 ans

	CRÉDITS
MA BLOC 1	**60**
ORGANISATION, STRATÉGIE ET INNOVATION	
Communication corporate (CORP2111)	5
Connaissance de l'organisation et communication interne (INTE2111)	5
Humanités numériques et séminaire IA (NUME2121)	5
Stratégie de communication (STRA2111)	5
Recommandation stratégique (RECO2121)	10
ENVIRONNEMENT, PUBLIC ET PARTIES PRENANTES	
Argumentation et prise de parole (ARGU2111)	5
Relations presse et influenceurs (DOCS2111)	5
Géopolitique (GEOP2121)	5
OPTION I (CHOISIR 1 UNITÉ)	
Communication politique (CPOL2121)	5
Communication événementielle (EVEN2121)	5
Nouvelles technologies créatives (NOUV2111)	5
OPTION II (CHOISIR 1 UNITÉ)	
Milieucommunicatie (MILI2111)	5
Werbung und PR (WERB2121)	5
Trend lab (TREN2121)	5
Communication et management interculturels (INTER2121)	5
ACTIVITÉ DE RECHERCHE ET D'ANALYSE	
Méthode de recherches (METH2110)	5
MA BLOC 2	**60**
SÉMINAIRES	
Séminaire de communication de crise (CRIS2212)	5
Maitrise des canaux externes de communication (CANA2212)	5
OPTION (CHOISIR UNE UNITÉ)	
Géopolitique (GEOP2212)	5
Innovation et projet entrepreneurial en communication (Cross-sections) (ENTR2219)	5
MFE	
MFE I Mémoire médiatique RP : Ateliers de production (PROD2212)	10
MFE II Rédaction d'un article de recherche (ARTI2222)	10
ACTIVITÉ D'INTÉGRATION PROFESSIONNELLE	
Stage (STAG2222)	10
OPTION DE SPÉCIALISATION (CHOISIR UNE SPÉCIALISATION)	
Spécialisation en communication et affaires européennes (choisir 3 UE au sein de cette spécialisation)	
Communicating Europe in a changing world (COWO2212)	5
Appels d'offres et gestion de projets européens (APPE2212)	5
Communication of European interest groups (GROU2212)	5
Politique internationale et diplomatie (POLI2212)	5
Communication territoriale (COTER2212)	5
Political consumerism and post democratic engagement (POCO2212)	5
Spécialisation en management et RSE	
Innovations managériales et motivation (MOTI2212)	5
Communication managériale et RSE en entreprise (LEAD2212)	5
Construire et inspirer via les nouveaux récits (IMAG2212)	5
Spécialisation en relations publiques dans le monde de l'art	
Initiation à l'histoire de l'art, foires, salons et galeries (INHA2212)	5
Droit et fiscalité dans le monde de l'art (EDMA2212)	5
Écosystème du monde de l'art (EMAB2212)	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	
Méthode de recherches (METH2110)	5
Comportement du consommateur (MACO2111)	5
Planification stratégique (PLCO2117)	5
TECHNIQUES PROPRES À LA PUBLICITÉ ET À LA COMMUNICATION COMMERCIALE	
Séminaire multilingue : publicité & communication commerciale (LGPU2125)	5
Media & Content strategy (MECS2124)	5
Approches juridiques et éthiques de la communication publicitaire & commerciale (AJEP2111)	5
Marketing et innovation (MAIN2100)	5
Culture et perspectives publicitaires (CPPU2101)	5
ACTIVITÉS D'INTÉGRATION PROFESSIONNELLE	
Enjeux contemporains en publicité et communication commerciale (ECPU2101)	5
MÉDIAS ET TRAINING	
Stratégie médiatique et ateliers de production publicitaire & commerciale (AMED2126)	15

MA BLOC 2	**60**
PRATIQUES RÉFLEXIVES EN PUBLICITÉ ET COMMUNICATION COMMERCIALE	
Préparation du mémoire médiatique (MAIL2211)	5
Préparation du mémoire théorique (MEMT2213)	5
Écosystème digital de l'entreprise et communication publicitaire (DIGI2215)	5
ACTIVITÉS D'INTÉGRATION PROFESSIONNELLE	
Stage (STPU2223)	10
Mémoire médiatique (MMPU2212)	10
Mémoire théorique (MTPU2224)	10
OPTION DE SPÉCIALISATION (AU CHOIX)	
Challenge your Digital Marketing Croissance stratégique et digitale (CSDI2216) Mediaplanning digital (MPLD2217)	 5 5
Challenge your Brand Stratégie d'architecture d'entreprise et de marque (STAM2216) Communication financière et business plan (CFBP2217)	 5 5 5
Option créativité appliquée et démarche entrepreneuriale (au choix)	
Innovation et projet entrepreneurial en communication (ENTR2219) Conceptualisation et créativité (COCR2218)	5 5



MASTER EN COMMUNICATION APPLIQUÉE SPÉCIALISÉE COMMUNICATION CULTURELLE ET SOCIALE

MASTER EN COMMUNICATION APPLIQUÉE SPÉCIALISÉE
COMMUNICATION CULTURELLE ET SOCIALE

Programme en 2 ans

	CRÉDITS
MA BLOC 1	**60**
FONDEMENTS ET PRATIQUES DE LA COMMUNICATION SOCIALE ET CULTURELLE	
De l'enjeu au dispositif : approche stratégique en éducation permanente (ASEP2102)	5
Outils de gestion et d'animation de groupes (OGAG2122)	5
Méthode de recherches (METH2110)	5
ORIENTATION : AU CHOIX, SOIT L'ORIENTATION SECTEUR CULTUREL ET ARTISTIQUE, SOIT L'ORIENTATION SECTEUR À PROFIT SOCIAL	
Orientation secteur culturel et artistique :	
Secteur culturel et ses publics (CSCP2117)	5
Production d'évènements artistiques et culturels (PECA2112)	5
Politiques culturelles : du législatif à la pratique (POLC2124)	5
Industries culturelles et créatives : médias, prospectives et innovations (ICCI2125)	5
Orientation secteur à profit social :	
Secteur social et ses publics (CSSP2115)	5
Coopération internationale : contextes, médias et perspectives d'éducation (COOP2114)	5
Structures des inégalités (SIDI2123)	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 une unité parmi :	
Cultural studies (CULS2215)	5
Huidige problematiek (PROB2212)	5
Design Stratégique (pour l'innovation sociale) (UE2 ESA St Luc)	5
Enjeux de transitions : créativité et initiatives citoyennes (CREA2215)	5
Analyse et approche socio-éducative des pratiques ludiques (QASP2212)	5
Innovation et projet entrepreneurial en communication (ENTR2219)	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 (SIDI2123) (en collaboration avec MaCCS)	5
MÉTHODOLOGIE DE LA RECHERCHE APPLIQUÉE	
Méthode de recherches (METH2110)	5
ANALYSE DES MÉDIAS ET DE LEUR PUBLIC	
Analyse des narrations du son et de l'image (LMED2111)	5
Psychosociologie des usagers et des pratiques médiatiques (PSYS2112)	5
Institutions des médias et de l'EAM (ISTEM2122)	5
Effets éducatifs des médias (UCL : LCOMU2663)	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 (REAL2114)	5
Atelier de conception d'outils d'EAM (ATEL2123)	5
UNITÉS D'ENSEIGNEMENT DE SPÉCIALISATION (CHOIX D'UNE SEULE UE)	
Analyse et approche socio-éducatives des pratiques ludiques (en collaboration avec MaCCS (QASP2212)	5
Genre, race, classe : études des représentations (EPIS2012)	5

MA BLOC 2	**60**
FONDEMENTS DE L'ÉDUCATION AUX MÉDIAS	
Politique et géopolitique des médias d'information (EAMI2211)	5
Sociologie des algorithmes (ALGO2216)	5
Ouverture à l'esprit critique (ESPC2213)	5
MÉTHODOLOGIE DE LA RECHERCHE APPLIQUÉE	
Séminaire d'accompagnement aux épreuves de fin d'études (SEMI2214)	5
ANALYSE DES MÉDIAS ET DE LEUR PUBLIC	
Projet d'intervention pour l'Éducation aux Médias (TRRN2215)	5
UNITÉS D'ENSEIGNEMENT DE SPÉCIALISATION (CHOIX D'UNE SEULE UE)	
Analyse et approche socio-éducatives des pratiques ludiques (QASP2212) (en collaboration avec MaCCS)	5
Genre, race, classe : études des représentations (EPIS2012)	5
Innovation et projet entrepreneurial en communication (ENTR2219	5
ACTIVITÉS D'INTÉGRATION PROFESSIONNELLE	
Stage (STEM2221)	10
De Universa (DEUS2217)	5
Mémoire de fin d'études (MFEM2222)	15

UCLouvain

Ce Master est co-diplômé avec l'UCL



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 (FR) et gestion budgétaire (NL) (PROJ2111)	5
Administration de l'évènement (ADMI2113)	5
Entreprises culturelles et industries créatives : gestion, stratégie et management (ULB GECU-D402-Q1)	5
Gestion de projets 2 : Durabilité et innovation (FR) et Business plan (ENG) (PROJ2125)	5
Gestion des ressources humaines - Compétences interpersonnelles (NL) et Management d'équipe (FR) (GRHU2127)	5
Gestion technique et logistique (TECL2126)	5
PROMOTION DE L'ÉVÉNEMENT	
Marketing des Arts et de la Culture (ULB GECU-D420-Q2)	5
Moyens de communication au service de l'événement (MCOM2129)	5
Stratégie de communication événementielle (STRA2128)	5
ACTIVITÉS DE RECHERCHE ET D'INTÉGRATION PROFESSIONNELLE	
Relations professionnelles – Écriture et interactions (RELP2114)	5
Concepts créatifs (COCR2112)	5
Méthode de recherches (METH2110)	5

MA BLOC 2	**60**
GESTION DE PROJETS	
Gestion de risques (RISK2212)	5
Droit appliqué au champ culturel (ULB GECU-D401-Q1)	5
Institutions culturelles : économie, politique et administration (ULB GECU-D403-Q1)	5
PROMOTION DE L'ÉVÉNEMENT	
Stratégie financière (FR) et Sponsoring (NL) (FINS2213)	5
ACTIVITÉS DE RECHERCHE ET D'INTÉGRATION PROFESSIONNELLE	
Préparation du MFE – Article et Atelier de production (PMFE2211)	5
Mémoire projet événementiel (PROJ2219)	10
Stage (STME2227)	10
TFE (MTME2228)	10
COURS À OPTION*	
Événement public (EVPU2216)	5
Programmation et gestion artistique (GESA2216)	5
Innovation et projet entrepreneurial en communication (ENTR2219)	5

*Choisir 1 unité

ULB UNIVERSITÉ LIBRE DE BRUXELLES

Ce Master est co-diplômé avec l'ULB



PROGRAMME ÉTUDIANTS EN ÉCHANGE IN

PROGRAMS FOR INTERNATIONAL STUDENTS

Courses shared with students of IHECS

Courses only for international students

FALL SEMESTER SEPTEMBER-DECEMBER

REF.	COURSE TITLE	ECTS	LANGUAGE
WELC0011	Integration Week: seminars and visits about Belgium, Europe, IHECS and more	3	EN
IMFR0011	French immersion week: language course	2	FR
INCO0011	Interpersonal Communication*	5	EN
GROU2215	Communication of European interest groups	5	EN
POCO2212	Political Consumerism and Post-Democratic Engagement	5	EN
COWO2212	Communicating Europe in a Changing World: From Institutional Narratives to Agency Practice*	5	EN
CULS2215	Cultural studies	5	EN
ENGA1219	Civic engagement	5	EN
STDO0014	Storytelling in documentary	5	EN
STCO0011	Strategic Communication Lab	5	EN
AIWO0011	AI x Design Thinking Workshops*	5	EN
PCTV0017	Practical course : Video*	5	EN
PCPH0018	Practical course : Photography*	5	EN
PCBE2013	Workshop : Photography "Being 20"*	5	EN
FREN0018	French language course (Beginner - Intermediate - Advanced)	5	FR
CLIC0011	Seminar : Climate Change : «Why don't we act?»	2	EN

SPRING SEMESTER FEBRUARY-MAY

REF.	COURSE TITLE	ECTS	LANGUAGE
WELC0021	Integration Week : seminars and visits about Belgium, Europe, IHECS and more	3	EN
EICF0021	Communicating Europe in a Changing World : EU Public Communication and its Contemporary Challenges	5	EN
INTC0021	Intercultural Communication (TBC)	5	EN
DIIJ0027	Diving into Investigative Journalism	5	EN
EFSD0022	Barriers to Climate Action: Exploring Behaviours, Narratives & Tools for Change	5	EN
GLOB2223	Global citizenship identity, culture and environmental challenges	5	EN
ACGB2123	Current affairs	5	EN
BRMA2125	Brand Management	5	EN
ENGA1229	Civic engagement	5	EN
AIWO0021	AI x Design Thinking Workshops	5	EN
PCTV0027	Practical Course : Video*	5	EN
PCPH0028	Practical Course : Photography*	5	EN
PCBE2023	Workshop : Photography "Being 20"*	5	EN
FREN0028	French Language Course (Beginner - Intermediate - Advanced)	5	FR
DOCU0021	Seminar : How to Start a Documentary	2	EN

* Spots are limited: first come, first served.

LISTE DU PERSONNEL ENSEIGNANT

Liste établie en date du 15 juin 2026

DIRECTION

Frédéric MOENS, *Directeur*
Véronique SALVI, *Administratrice générale*
Laure ENGLEBERT, *Directrice des Études*

RESPONSABLES MASTERS

Mélanie LALIEU, *Présidente du Master en Communication Culturelle et Sociale*
Emmanuel WATHELET, *Président du Master en Éducation aux Médias*
Hakima DARHMOUCH, *Présidente du Master en Journalisme*
Patrick VANDOORNE, *Président du Master en Management d'Événements*
Michaël MARCHAND, *Président du Master en Publicité et Communication commerciale*
Elise LE MOING-MAAS, *Présidente du Master en Relations Publiques*

COMMUNICATION

Morgane PAUWELS, *Responsable du département et Chargée de communication*
Benjamin CIVILIA, *Chargé de communication*
Augustine DEWULF, *Chargée de communication*
Théo BRONCHART, *Chargé de communication*

PERSONNEL ACADÉMIQUE

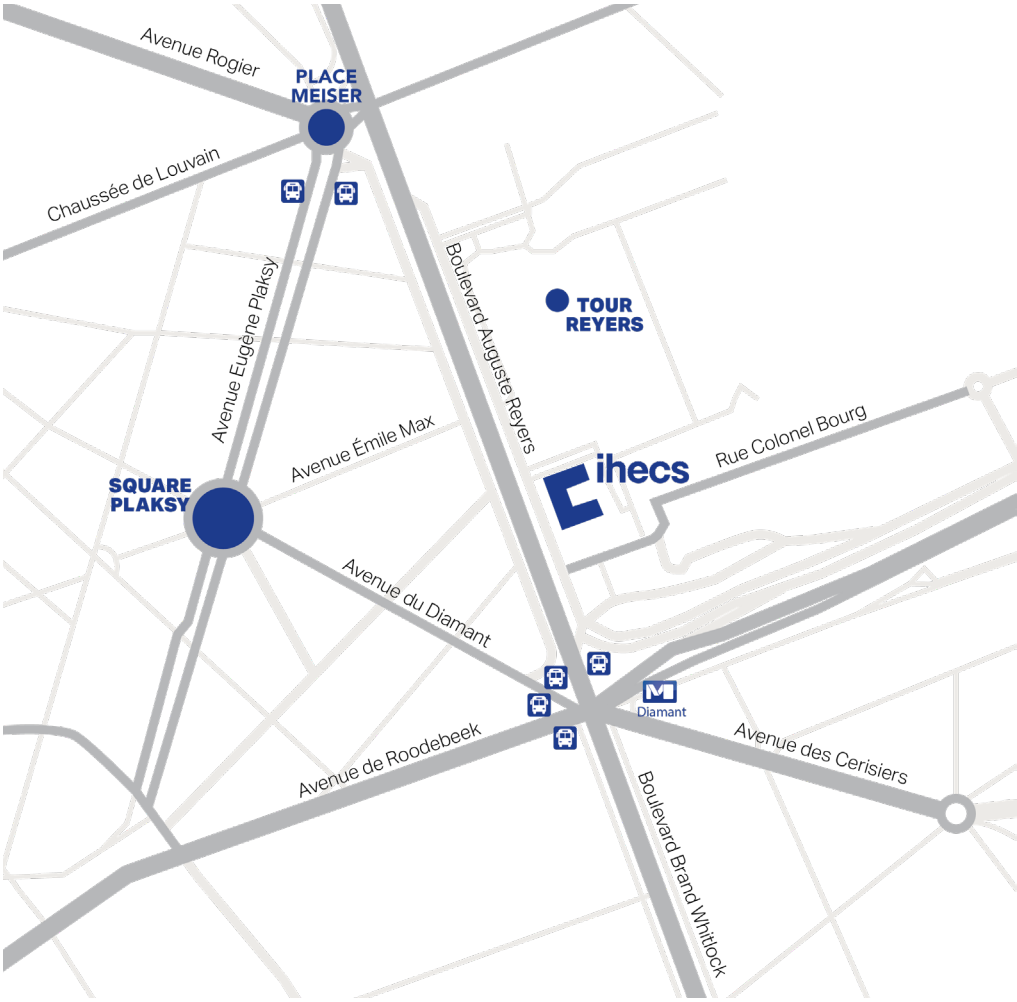
Guillaume ABGRALL
Yasmine ALFIRHI
Olivier BAILLY
Alexia BAUM
Nicolas BAYGERT
Esther BECK
Lisa BENZIDI
Djazia BESSALAH
Nicolas BINDELLE
Céline BOISDENGHIEN
Yasmine BOUDAKA
Patricia BOUTEILLER
Georg BRANDT
Michel BRIES
Natacha BRIXY
Jonathan BUSCARLET
Joachim BUTRYN
Emmanuelle BYVOET
Baptiste CAMPION
Pascal CHABOT
Martine COLOT
Hélène COMBIS
Luca COPETTI
Gilles DAL
Aurore DAL MAS
Hakima DARHMOUCH
Talheh DARYANAVARD
Barbara DE CAMPOS
Amandine DEGAND
Viviane DE LAVELEYE
Camille DELEFORTRIE
Johann DELFERIERE
Hubert DELOUVROY
Solange DE MESMAEKER
Luc DE MEYER
Anne DENEUBOURG
Mathieu DE SMET VAN DAMME
Mathieu DE WASSEIGE
Laureen DONADIEU
Barbara DUPONT
Esther DURIN
Silke EGELS
Laure ENGLEBERT
Rodrigo FONSECA FERNANDEZ
Félix FRANCOTTE
Mélissa GAJ
Cécile GASPART
Stéphanie GILLARD
Sarah GOMREE
Gaëtan GRAS
Yvan HANON
Hadrien HANSE
Anne HERION
Antonella LACATENA
Bertrand LACROIX
Mélanie LALIEU
Pascal-Emmanuel LAMBIOTTE
Florence LECOMTE
Jean-François LECONTE
Valérie LECOUTURIER
Elise LE MOING-MAAS
Dorian LEYNEN
Catherine LYCOPS
Pudens MALIBABO
Michaël MARCHAND
Maude MARECHAL
Nora de MARNEFFE
Thierry MAROIT
Estelle MATHEY
Etienne MCGRATH
Patrick MICHEL
Frédéric MOENS
Quentin MOESKOPS
Laetitia PAILLÉ
Serge PAULUS
Anne PITTOMVILS
Sophie POCHET
Laurent POMA
Elisa POMPONIO
Xavier POULEUR
Jean-François RASKIN
Spencer RASSON
François REMY
Véronique SALVI
Hélène SAMBON
Antoine SAUTELET
Sébastien SCHMITZ
Annick THÖNNISSEN
Anne TOUSSAINT
Damien VAN ACHTER
Anne VAN MARSENILLE
Bernard VANDENHOOFDEN
Patrick VANDOORNE
Vinciane VEROUGSTRAETE
Luc VUYLSTEKE
Eric WALRAVENS
Emmanuel WATHELET

PROFESSEURS INVITÉS

Audrey ADAM
Joyce AZAR
Myriam AZAR
Naïm BADDICH
Stéphanie BARRAS
Christopher BARZAL
Hugo BATTISTEL
Esther BECK
Charlotte BEECKMANS
Gaëtan BERGEZ
Julie BERTHELIER
Valentin BIANCHI
Stéphanie BLIARD
Eric BOEVER
Daniel BONVOISIN
Bénédicte BOUTON
Baptiste BUIDIN
Jean-Yves BURON
Patrick CANSELL
Mathieu CARDON de LICTHBUER
Sémy CASTELLI
Philippe CAVADINI
Yassin CHOUROUHOU
Bruno CLEMENT
Philippe CLOSE
Yves COLLARD
François CORBIAU
Virginie CORDIER
Thierry CROIX
Gilles DAL
Mélanie DALLA RIVA
Stéphane DANIEL
Alice DARCHICOURT PATAULT
Marc DAUSIMONT
Denis DE GROOTE
Mélanie DE GROOTE
Viviane DE LAVELEYE
Charles-Louis DE LOVINFOSSE
Stéphanie DE MAERE
Dorian DE MEEUS
Eveline DE RIDDER
Olivier DE ROECK
Victor DE ROO
Frédéric DE SENARCLENS
Alexandra DE TERWANGNE – HENRY
Johanna DE TESSIERES
Clélie DEBEHAULT
Benjamin DECEUNINCK
Vincent DELCORPS
Geoffrey DELHOUX
Caroline DELMEIRE
Frédéric DELVIGNE
Elsa DONIOL-VALCROZE
Elena DORATIOTTO
Pierre ECHARD
Emilie EICKHOFF
Leila EL-MAHI
Wilson FACHE
Xavier FLAMENT
Ophélie FONTANA
Mélissa GAJ
Monia GANDIBLEUX
Céline GAUTIER
Guillaume GAUTIER
Mélanie GEELKENS
Amélie GENIN
Tristan GODAERT
Frédéric GOFFIN
Monica GOMES
Fabrice GROSFILLEY
Jérémy GROSMAN
Brieuc GUFFENS
Yahia HAKOUM
Pamela HANCKARD
Bernard HAYETTE
Aurélie HEENE
Tarik HENNEN
Camille HENRARD
Jules HENRY
Marc HOOTELE
Babak HOSSEINY
Marc ISGOUR
Jean-Pierre JACQMIN
Coralie JACQUEMIN
Anissa JALAB
Thibault JANMART
Quentin JARDON
Pierre JASSOGNE
Delphine JENART
Roger JOB
Joanne JOJZYK
Pierre-Ambroise JONES
Eric JOORIS
Vincent LABORDERIE
Sébastien LACOMBLEZ
Anne-Catherine LAHAYE
Philippe LALOUX
Alexandra LAMBERT
Véronique LAMQUIN
Joëlle LANCELOT
Georges LAUWERIJS
Thomas LAVACHERY
Nathalie LEDUR
Benoît LEFRANCQ
Pauline LEMAIRE
Laura LEPRETRE
Anne-Sophie LEURQUIN
Sarah LEVIN
Joëlle LIBERMAN
Bruno LIESSE
Bernard LOBET
Frédéric LOORE
Grégoire LORY
Codou LOUME
Corinne LUYCKX
Nicolas MAGAIN
Sabine MALHERBE
Agnès MAQUA
Maude MARECHAL
Véronique MARICHAL
Benoit MATHIEU
Joel MATRICHE
Patrick MICHEL
Patrick MONTJOIE
Emmanuel MORIMONT
Coralie MUYLAERT
Jérôme NAIF
Céline NEEF DE SAINVAL
Loic NICOLAS
Anne PAILHES
Hervé PAQUES
Séverine PIETTE
Gauthier PIROTTE
Arnaud PITZ
Pierre PRINGELS
Thi Diem QUACH
Lubja RADMAN
Stéphanie RADOCHITZKI
Jérôme RAMACKER
Jean-François RASKIN
Patrick REMACLE
Antoinette RIBAS
Laurent RIGHETTI
Jonathan ROMAIN
Anna SAYH
Assal SHARIFRAZI
Clara SIMON
Peggy SIMONO
Justine SOW
Mohamed TEMSAMANI
Hugo UHR
Julie VAN DE PUT
Colas VAN MOORSEL
Kevin VAN NUFFEL
Karin VAN PASSEL
Lise VAN STEEN
Alec VANDE CASTEELE
Laurence VANDEPUTTE
Jerry VANDEVELDE
Pierre VANDEVELDE
Sébastien VANWELDE
Julie VERBEKE
Maxime VERBESSELT
Caroline VEYT
Candice WACHEL
Filip WAEGEMANS
Thomas WANSART
Arnaud WERY
Francis WHATELY
Véronique WILLEMS

JOURNÉES PORTES OUVERTES

10 mars 2027
de 14h00 à 16h00
10 avril 2027
de 10h00 à 12h30



LOCALISATION ET ACCÈS

Le bâtiment de l'IHECS se situe boulevard Auguste Reyers, à proximité de Diamant, Meiser, Square Plasky et de la Tour Reyers.

EN TRAIN :

- Depuis la Gare du Nord : tram 25 ou bus 61, puis environ 750 m à pied
- Depuis la Gare Centrale : bus 29 ou 63, ou métro 1/5 puis tram 7/25

EN BUS :

- Lignes 21, 28, 29, 63 et 79

EN TRAM :

- Lignes 7 et 25

EN VOITURE :

- Boulevard Auguste Reyers 80, 1030 Schaerbeek - sortie « Reyers »

Pour les **vélos** et **motos**, l'IHECS dispose d'emplacements souterrains.

ihecs
BRUSSELS SCHOOL JOURNALISM & COMMUNICATION
Boulevard Auguste Reyers, 80 | 1030 Schaerbeek
+32 (0)2/512 90 93 | ihecs@galilee.be
www.ihecs.be

Morgane PAUWELS
RESPONSABLE DÉPARTEMENT COMMUNICATION
morgane.pauwels@galilee.be

Crédit photos
© Thierry MAROIT
© Laurent POMA