



2022-2023

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
■	■ ANIMATION SOCIOCULTURELLE ET ÉDUCATION PERMANENTE	18
■	■ ÉDUCATION AUX MÉDIAS	20
■	■ MANAGEMENT D'ÉVÉNEMENTS	22
■	PROGRAMME ÉTUDIANTS EN ÉCHANGE IN	24
■	LISTE DU PERSONNEL ENSEIGNANT	26
■	LOCALISATION ET ACCÈS	27



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 animation socioculturelle et éducation permanente,
- 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 issu 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, Estonie, Finlande, France, Hongrie, Inde, Irlande, Italie, Japon, Lettonie, Lituanie, Macao, 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 2022-2023, 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, 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 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.

Quelques essentiels

Les cycles

La formation se répartit en deux cycles distincts : le bachelier ou premier cycle, qui se déroule sur trois années, et le master ou second cycle, auquel deux années sont consacrées. À l'IHECS, le bachelier permet un accès inconditionnel à six masters organisés en interne.

Les quadrimestres

L'année est divisée en trois quadrimestres ; le premier du 14 septembre au 31 janvier, le second du 1^{er} février au 30 juin, le dernier du 1^{er} juillet au 13 septembre. Les cours sont dispensés lors des deux premiers quadrimestres (qui sont composés d'un minimum de douze semaines). Au terme de chaque quadrimestre, une session (ou présession pour le premier quadrimestre) d'examens est organisée.

CE PROGRAMME SE DÉCLINE

Cette volonté affirmée amène

- à mettre l'application et la **pratique** au centre de la pédagogie : que ce soit en groupe ou individuellement, la réalisation de travaux par les étudiants est favorisée,
- à privilégier l'autonomie des étudiants, la méthode inductive et le rapport au **terrain**,
- ce rapport au concret et cette pratique 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

	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 (HIST1127)	5
COMMUNICATION ET RHÉTORIQUE	
Expression écrite I (ECRI1118)	5
Narration et formes littéraires (NARA1129)	5
COURS DE LANGUES	
Anglais / Néerlandais ou Allemand (LANG1102)	10
CODES & LANGAGES MÉDIATIQUES (CODE1101)	15

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

BLOC 2	60
COURS THÉORIQUES DE BASE	
Sociologie (SOCI1213)	5
Psychologie de la communication (PSYC1215)	5
Introduction au droit et droit des médias (DROI1226)	5
Institutions et sciences politiques (SCPO1224)	5
Cours à choix (CRIT1219 - QECO1219 - ARAB1219 - DSGN1219 - CNVT1219 - TEFL1219 - ENGA1219 - GNDR1219 - IESN1219 - ESPA1219 PROJ1219 - WORD1219)	5
COMMUNICATION ET RHÉTORIQUE	
Expression écrite II (ECRI1217)	5
Argumentation, rhétorique et expression orale (ARGU1203)	5
COURS DE LANGUES	
Anglais / Néerlandais ou Allemand (LANG1202)	10
EXPRESSION(S) MÉDIATIQUE(S) (EXME1201)	15

BLOC 3	60
COURS THÉORIQUES DE BASE	
Linguistique et sémiologie (LING1325)	5
Anthropologie de la culture et de la communication (ANTH1313)	5
Théorie et pratique des sondages et techniques d'enquête (TENQ1314)	5
Préorientation section I (FDPI1327 - FDRP1327 - FDPUI327 - FDAS1327)	5
Préorientation section II (CULT1318 - PECO1318 - MARK1318 - GPAG1318)	5
Management (MANA1321)	5
COMMUNICATION ET RHÉTORIQUE	
Préorientation section III (ETTS1315 - EPPI1315 - EMRP1315 - COPY1315)	5
COURS DE LANGUES	
Anglais / Néerlandais ou Allemand (LANG1302)	10
DESIGN & COMMUNICATION NUMÉRIQUE (DECO1301)	15

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

PRÉORIENTATION - À CHOISIR PARMİ

Préorientation section I 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) ASCEP : Fondements de l'Animation Socioculturelle et de l'Éducation Permanente (FDAS1327)	5
Préorientation section II PI : Information politique, économique et sociale (PECO1318) RP : Gestion de projet, animation et dynamique de groupe (GPG1318) PUB : Marketing et entrepreneuriat (MARK1318) ASCEP : Enjeux et perspectives de la culture (CULT1318)	5
Préorientation section III et activités d'intégration professionnelle PI : Introduction aux pratiques et à l'écriture journalistiques (EEDI1315) RP : Écosystème du milieu des RP en Europe (EMRP1315) PUB : Copywriting (COPY1315) ASCEP : Ethnographie des temps sociaux (ETTS1315)	5

LISTE DES PRÉ- ET CO-REQUIS

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



**MASTER EN
PRESSE ET INFORMATION
SPÉCIALISÉES**

MASTER EN PRESSE ET INFORMATION SPÉCIALISÉES

Programme en 2 ans

		CRÉDITS
MA BLOC 1		60
COURS GÉNÉRAUX		
Déontologie des médias et enjeux de l'activité informationnelle (DEON2112)		5
Approfondissement de l'actualité (APRO2103)		5
Narratologie : analyse des formes de récits journalistiques (RECI2124)		5
Géopolitique de l'Europe (GEOE2121)		5
Compréhension du modèle social, économique et politique belge (MODE2112)		5
Huidige problemen (ACNL2123) ou Current affairs (ACGB2123)		5
Journalisme numérique : pratiques informationnelles et enjeux économiques (ENVI2114)		5
ACTIVITÉS D'INTÉGRATION PROFESSIONNELLE		
Préparation aux TFE I (TFPI2101)		5
MÉDIAS ET TRAINING		
Ateliers de pratique journalistique I (ATPI2112)		10
Ateliers de pratique journalistique II (ATPI2122)		10
MA BLOC 2		60
COURS GÉNÉRAUX		
Un cours à choix Hedendaagse uitdagingen van de Europese Unie (DAAG2212) International politics in the anthropocene (CENE2213)		5
Au choix 2 unités parmi Journalisme européen : processus décisionnels et sources d'information européenne (JEUR2213) Culture et religions (RELI2213) Open source intelligence : des outils pour l'investigation en ligne (DATA2213) Approches juridiques de l'activité journalistique (AJAJ2213)		10
ACTIVITÉS D'INTÉGRATION PROFESSIONNELLE		
Préparation aux TFE II (PFPI2202)		5
Stages (STPI2221)		10
Mémoire médiatique (MMPI2211)		10
Mémoire théorique (MTPI2222)		10
MÉDIAS ET TRAINING - Projets à choisir pour l'équivalent de 10 crédits		
Les projets suivants valent pour 5 crédits*		
BRUXELLES : Enquête de terrain en partenariat avec Le Soir (REPO2214)		5
CULTURE : couvrir le FIFF, festival international de cinéma francophone, à Namur (en partenariat avec la RTBF et la HELB) (FIFF2215)		5
Les projets suivants valent pour 3 crédits*		
BELGIQUE : L'investigation en audiovisuel (INVS2214)		3
SOCIÉTÉ : Projet de presse écrite et photojournalisme. Atelier spécial dans le cadre des Assises européennes du journalisme (PPEP2215)		3
CULTURE : couvrir le FIFF, festival international de cinéma francophone, à Namur (en partenariat avec la RTBF et la HELB) (FIFF2215)		3
POLITIQUE : Maîtriser l'interview politique. Podcast et vidéo digitale (MIPO2214)		3
Les projets suivants valent pour 2 crédits*		
SPORT : couvrir des événements sportifs en radio et sur le web (SPOR2215)**		2
EUROPE : Lier l'information européenne aux enjeux locaux. Atelier de radio spécial Assises du journalisme (EURO2215)		2
ENVIRONNEMENT : Émission télévisée autour du développement durable (en partenariat avec la HELB) (ETDD2215)		2

*Sur inscription. Nombre d'étudiants limité. Nous ne nous engageons pas à organiser, pour une année académique donnée, les projets pour lesquels moins de 10 étudiants sont inscrits.

**Ces projets sont condensés sur une période limitée (environ un mois). Ils appellent à un travail plus intensif autour d'un événement donné.



**MASTER EN COMMUNICATION
APPLIQUÉE SPÉCIALISÉE
RELATIONS PUBLIQUES**

MASTER EN COMMUNICATION APPLIQUÉE SPÉCIALISÉE

RELATIONS PUBLIQUES

Programme en 2 ans

	CRÉDITS
MA BLOC 1	60
FONDEMENTS DES RELATIONS PUBLIQUES	
Communication corporate (CORP2121)	5
Humanités numériques (NUME2122)	5
Stratégie de communication (STRA2116)	5
Recommandation stratégique et startkit média (RECO2124)	5
MÉDIAS	
Connaissance de la presse, relations presse et influenceurs (DOCS2111)	5
Identité et storytelling (STORY2126)	5
Argumentation et prise de parole (ARGU2124)	5
ACTIVITÉS D'INTÉGRATION PROFESSIONNELLE	
Semaine d'intégration, préparation stage (STAG2216)	
ACTIVITÉ DE RECHERCHE ET D'ANALYSE	
Méthodes de recherche en sciences de l'information et de la communication (METH2113)	5
OPTION DE SPÉCIALISATION (AU CHOIX)	
Au choix 3 unités parmi :	15
Communication événementielle (EVEN2115)	
Communication et management interculturels (INTER2118)	
Communication politique (CPOL2114)	
Communication interne (INTE2125)	
Négociation (NEGO2126)	
Une unité en langue parmi :	5
Milieucommunicatie (MILI2126)	
Werbung un PR (WERB2126)	
MA BLOC 2	60
FONDEMENTS DES RELATIONS PUBLIQUES	
Séminaire de communication de crise (SEMI2218)	5
MÉDIAS	
Mémoire médiatique RP : Ateliers de production (PROD2211)	10
ACTIVITÉS D'INTÉGRATION PROFESSIONNELLE	
Stage (STAG2221)	10
ACTIVITÉ DE RECHERCHE ET D'ANALYSE	
Mémoire théorique (THEO2222)	15
OPTION DE SPÉCIALISATION (AU CHOIX)	
Communication et affaires européennes	
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
RSE : Management et communication durable	
Communication d'Anthropocène (ATHR2215)	5
Responsabilité Sociétale des Entreprises (RSEP2114)	5
Accompagnement du changement : innovation et durabilité (LEAD2216)	5
Développement personnel et motivation : RSE et salariés (MOTI2217)	5
E-RP et Data Intelligence	
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
Relations dans le milieu de l'art en Belgique	
Initiation à l'histoire de l'art, en particulier à l'art contemporain et au design (INHA2211)	5
Économie et droit du milieu de l'art (EDMA2212)	5
Écosystème du milieu de l'art en Belgique et en Europe (EMAB2212)	5
Les relations publiques dans le monde de l'art : spécificités (RPMA2213)	5

A black and white photograph of three women in a meeting. One woman is standing and pointing at a laptop screen, while two others are seated and looking at the screen. The image is partially overlaid with a yellow vertical bar on the right side. The text is overlaid on the bottom left of the image.

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

MASTER EN COMMUNICATION APPLIQUÉE SPÉCIALISÉE

PUBLICITÉ ET COMMUNICATION COMMERCIALE

Programme en 2 ans

CRÉDITS	
MA BLOC 1	60
FONDEMENTS DE LA PUBLICITÉ & DE LA COMMUNICATION COMMERCIALE	
Compréhension du marché et du consommateur (MACO2111)	5
De la planification stratégique à la conception de campagne publicitaire (PLCO2117)	5
TECHNIQUES PROPRES À LA PUBLICITÉ & À LA COMMUNICATION COMMERCIALE	
Séminaire multilingue : publicité & communication commerciale (LGPU2125)	5
Content Strategy (STRA2112)	5
Approches juridiques et éthiques de la communication publicitaire & commerciale (AJEP2111)	5
Veille stratégique et innovation en publicité et communication commerciale (VEIL2100)	5
ACTIVITÉS D'INTÉGRATION PROFESSIONNELLE	
Culture et compétences en publicité et communication commerciale (CCPC2113)	10
MÉDIAS ET TRAINING	
Stratégie médiatique et ateliers de production publicitaire & commerciale (AMED2126)	20
MA BLOC 2	60
FONDEMENTS DE LA PUBLICITÉ & DE LA COMMUNICATION COMMERCIALE	
Préparation du mémoire médiatique (MAIL2211)	5
Préparation du mémoire théorique (MENT2213)	5
ACTIVITÉS D'INTÉGRATION PROFESSIONNELLE	
Stage (STPU2223)	10
Mémoire médiatique (MMPU2212)	10
Mémoire théorique (MTPU2224)	10
OPTION DE SPÉCIALISATION (AU CHOIX)	
Écosystème digital de l'entreprise et communication publicitaire (DIGI2215) (unité commune à toutes les options)	5
Challenge your Digital Marketing	
Gestion de projet en communication digitale (GEPR2216)	5
Mediaplanning digital (MPLD2217)	5
Problématiques contemporaines en communication digitale (PRCO2218)	5
Challenge your Brand	
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
ANIMATION SOCIOCULTURELLE
ET ÉDUCATION PERMANENTE**

MASTER EN COMMUNICATION APPLIQUÉE SPÉCIALISÉE

ANIMATION SOCIOCULTURELLE ET ÉDUCATION PERMANENTE

Programme en 2 ans

	CRÉDITS
MA BLOC 1	60
FONDEMENTS ET ENVIRONNEMENTS DE L'ANIMATION SOCIOCULTURELLE ET DE L'ÉDUCATION PERMANENTE	
Politiques culturelles (POLC2111)	5
Approches critiques des productions culturelles (ACPC2121)	5
Entrepreneuriat et économie sociale : nouveaux modèles économiques (MODE2122)	5
Questions spéciales de l'animation socioculturelle et de l'éducation permanente (en anglais ou néerlandais) (QASP2112)	5
Structures internationales (INTER2113)	5
Droit du secteur socioculturel (DROIT2125)	5
Coopération internationale : perspective et stratégie de communication (COOP2126)	5
MÉTHODOLOGIE D'APPROCHE DES TERRAINS ET PROJETS DE L'ANIMATION SOCIOCULTURELLE ET DE L'ÉDUCATION PERMANENTE	
Préparation aux TFE I (TFAS2101)	5
PROJETS DE PRODUCTION MÉDIATIQUE ET ACTIVITÉS D'INTÉGRATION PROFESSIONNELLES	
Projets et ateliers de production médiatique (ATAS2102)	20
MA BLOC 2	60
FONDEMENTS ET ENVIRONNEMENTS DE L'ANIMATION SOCIOCULTURELLE ET DE L'ÉDUCATION PERMANENTE	
Au choix 2 unités parmi :	
Cultural Studies (CULS2215)	5
Espace public, philosophie et citoyenneté (ENJX2213)	5
Cultures et religions occidentales (CURE2219)	5
Milieux urbains et développement durable (DURA2214)	5
Design Stratégique (pour l'innovation sociale) (ESA St Luc)	5
Connaissance des milieux culturels et artistiques (CMCA2220)	5
Art outsider, rapports sociaux à la marge (ARTO2220)	5
L'événement public (EVPU2216)	5
Médias d'information et approches des terrains socioculturels (TERR2224)	5
MÉTHODOLOGIE D'APPROCHE DES TERRAINS ET PROJETS DE L'ANIMATION SOCIOCULTURELLE ET DE L'ÉDUCATION PERMANENTE	
Préparation aux TFE II (TFAS2202)	5
PROJETS DE PRODUCTION MÉDIATIQUE ET ACTIVITÉS D'INTÉGRATION PROFESSIONNELLES	
Mémoire médiatique (MMAS2212)	10
Stage (STAS2221)	10
Article (mémoire théorique) (MTAS2222)	10
OPTION DE SPÉCIALISATION (AU CHOIX)	
Management social et culturel	
Finances et gestion du socioculturel (FGSO2217)	5
Médias, prospectives et innovations dans le secteur socioculturel (INNO2218)	5
Communication organisationnelle dans le secteur socioculturel (ORGA2219)	5
Médiation sociale et culturelle	
Animation socioculturelle et éducation permanente : techniques, publics et contextes (ANIM2210)	5
Théorie appliquée de la médiation culturelle (TMEC2211)	5
Créativité et citoyenneté contemporaines (CREA2212)	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
Structure internationale (INTER2113) (en collaboration avec ASCEP)	5
MÉTHODOLOGIE DE LA RECHERCHE APPLIQUÉE	
Méthodes et techniques de recherche et d'évaluation en éducation aux médias (METH2121)	5
ANALYSE DES MÉDIAS ET DE LEUR PUBLIC	
Éducation au cinéma et à l'image (LMED2111)	5
Psychosociologie des usagers et des pratiques médiatiques (PSYS2112)	5
Analyse des séries télévisées (UCL : LCOMU2605)	5
CONCEPTION, RÉALISATION ET ÉVALUATION DE MÉDIAS ÉDUCATIFS	
Atelier de création médiatique (REAL2113)	5
Atelier de conception et expérimentation d'outils d'Éducation aux Médias (ATEL2123)	5
Création d'environnements numériques d'apprentissage (LIGN2124)	5
Effets éducatifs des médias (UCL : LCOMU2663)	5
INTERVENTION PÉDAGOGIQUE EN ÉDUCATION AUX MÉDIAS	
Épistémologie des représentations (EPIS2114)	5
Nouvelles narratologies et transmedia (UCL : LCOMU2619)	5
MA BLOC 2	60
FONDEMENTS DE L'ÉDUCATION AUX MÉDIAS	
Éducation aux médias et aux médias d'information (EAMI2211)	5
Structures internationales (INTER2113) (en collaboration avec la section ASCEP)	5
Espace public et philosophie (ENJX2213)	5
MÉTHODOLOGIE DE LA RECHERCHE APPLIQUÉE	
Séminaire d'accompagnement du mémoire (SEMI2214)	5
ANALYSE DES MÉDIAS ET DE LEUR PUBLIC	
Régulation des médias et de l'éducation (REGU2215)	5
INTERVENTION PÉDAGOGIQUE EN ÉDUCATION AUX MÉDIAS	
Projet d'intervention pour l'Éducation aux Médias (TRRN2217)	5
UNITÉ D'ENSEIGNEMENT À OPTION	
Sociologie des algorithmes (ALGO2216)	5
ACTIVITÉS D'INTÉGRATION PROFESSIONNELLE	
Stage (STEM2221)	10
Mémoire de fin d'études (MFEM2222)	15



**MASTER EN COMMUNICATION
MANAGEMENT D'ÉVÉNEMENTS**

MASTER EN COMMUNICATION MANAGEMENT D'ÉVÉNEMENTS*

Programme en 2 ans

	CRÉDITS
MA BLOC 1	60
GESTION DE PROJETS	
Gestion de projets 1 : Méthodologie, principes et développement durable (PROJ2111)	5
Beheer van projecten 2 : Financieel strategie (PROJ2125)	5
Personeelsbeheer (GERH2123)	5
Gestion technique et logistique (TECL2116)	5
Analyse stratégique d'un projet événementiel (STEV2112)	5
Entreprises culturelles et industries créatives : gestion, stratégie et management (ULB GECU-D402)	5
Institutions culturelles : économie, politique et administration (ULBGECU-D403)	5
PROMOTION DE L'ÉVÉNEMENT	
Communication corporate et relations presse (DOCS2126)	5
Promotion et commercialisation de projets culturels (ULB GECU-Y400)	5
Moyens de communication au service de l'événement (MCOM2123)	5
ACTIVITÉS DE RECHERCHE ET D'INTÉGRATION PROFESSIONNELLE	
Atelier de recherche, création et écriture (RECH2115)	5
Méthodologie de la recherche (TFME2123)	5
MA BLOC 2	60
GESTION DE PROJETS	
Risk management (RISK2212)	5
Atelier de production (APRO2211)	5
Droit appliqué au champ culturel (ULB GECU-D401)	5
PROMOTION DE L'ÉVÉNEMENT	
Sponsoring en Financiering (FINS2213)	5
Enjeux digitaux (ENDI2215)	5
ACTIVITÉS DE RECHERCHE ET D'INTÉGRATION PROFESSIONNELLE	
Mémoire projet événementiel (PROJ2219)	10
Stage (STME2227)	10
TFE (MTME2228)	10
COURS À OPTION	
Événement de prestige (PRES2216)	5
L'événement public (EVPU2216)	5

*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.



**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 ¹	3	ENG
IMFRO012	*French immersion week: language course ¹	2	FR
GROU2215	Communication of European interest groups	5	ENG
CULS2210	Cultural studies	5	ENG
GEND1219	Introduction to Gender Studies	5	ENG
ENGA1219	Civic engagement	5	ENG
CENE2213	International Politics in the Anthropocene (flexible timetable)	5	ENG
PCTV0017	*Practice course : Video	5	ENG
PCPH0016	*Practice course : Photography	5	ENG
IWMM0015	*Practice course : Multimedia	5	ENG
FREN0018	*French language course	5	FR
PCPH0016	*Workshop : Photography "Being 20"	5	ENG
HRFN0012	Human rights in the age of fake news	5	ENG

SPRING SEMESTER FEBRUARY-MAY

REF.	COURSE TITLE	ECTS	LANGUAGE
WELC0022	* Welcome session and integration week: courses, seminars and visits ¹	3	ENG
EICF0021	EU public communication strategies	5	ENG
EUCU0022	Europe's Culture and its Specificities	5	ENG
LGPU2115	Issues in Digital Marketing Communication ²	5	ENG
CULG2122	Globalization	5	ENG
ENGA1229	Civic engagement	5	ENG
DIIJ0027	Diving into Investigative Journalism	5	ENG
PCPH0023	*Practice course: Photography	5	ENG
PCTV0024	*Practice course: Video	5	ENG
PCMM0025	*Practice course: Mutlimedia	5	ENG
PCPH0016	*Workshop: Photography "Being 20"	5	ENG
FREN0026	*French language course	5	FR
EFSD0022	Education for Sustainable Development	5	ENG
GCAC0022	Global Citizenship and Communication	5	ENG

- * For those classes, registration is mandatory:
 • For Fall semester, please register before the 1st of May.
 • For Spring semester, please register before the 1st of November.

¹ Beginning of Semester

² Only for students with high level in digital advertising

LISTE DU PERSONNEL ENSEIGNANT

Liste établie en date du 12 juillet 2022

DIRECTION

Frédéric MOENS, *Directeur*

Jean-François RASKIN, *Administrateur général*

Pascal CHABOT, *Directeur des Études*

RESPONSABLES MASTERS

Mélanie LALIEU, *Présidente du Master en Animation socioculturelle et Éducation permanente*

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, *Chargée de communication A.I.*

Benjamin CIVILIA, *Assistant en communication*

PERSONNEL ACADÉMIQUE

Guillaume ABGRALL

Yasmine ALFIRHI

Nicolas BAYGERT

Nicolas BINDELLE

Patricia BOUTEILLER

Georg BRANDT

Natacha BRIXY

Fabio BRUSCHI

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

Vivianne DE LAVELEYE

Luc DE MEYER

Mathieu DE SMET VAN DAMME

Anne DENEUBOURG

Barbara DUPONT

Françoise ERNOTTE

Gaëtan GRAS

Yvan HANON

Hadrien HANSE

Bertrand LACROIX

Mélanie LALIEUX

Sophie LAMBERT

Florence LECOMTE

Jean-François LECONTE

Valérie LECOUTURIER

Dorian LEYNEN

Catherine LYCOPS

Etienne MAGAIN

Nora de MARNEFFE

Thierry MAROIT

Frédéric MOENS

Frédéric NOEL

Laetitia PAILLÉ

Serge PAULUS

Anne PITTOMVILS

Sophie POCHET

Laurent POMA

Elisa POMPONIO

Jérôme RAMACKER

Jean-François RASKIN

Hélène SAMBON

Sébastien SCHMITZ

Marc SINNAEVE

Hadrien SPINETTE

Annick THONISSEN

Anne TOUSSAINT

Anne VAN MARSENILLE

Dominique VANDERCAMMEN

John VANDENHAUTE

Patrick VANDOORNE

Vinciane VEROUGSTRAETE

Luc VUYLSTEKE

Mathieu DE WASSEIGE

Emmanuel WATHELET

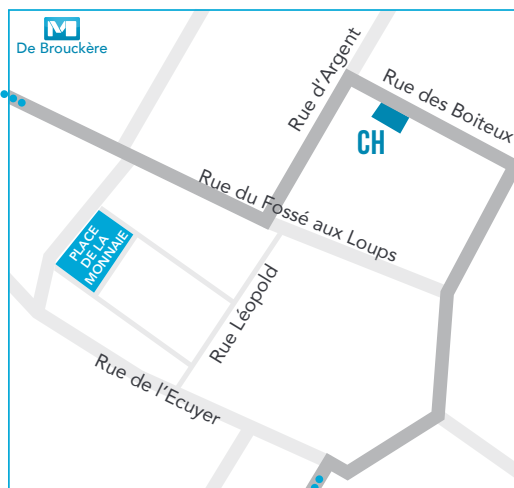
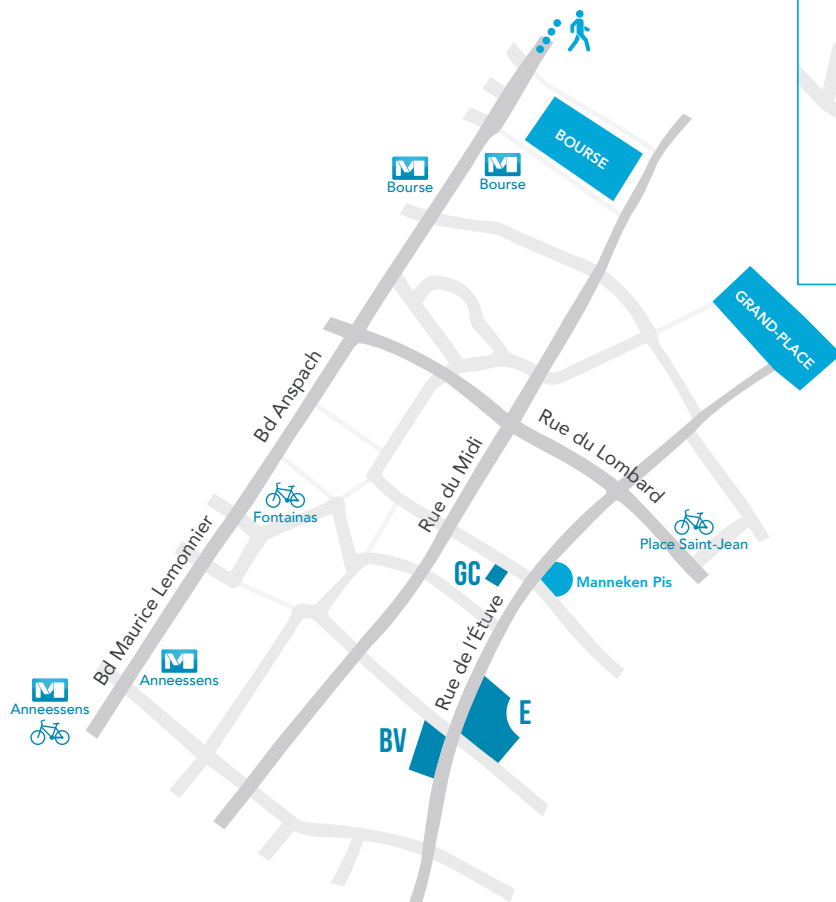
JOURNÉES PORTES OUVERTES

29 mars 2023

de 14h00 à 16h00

29 avril 2023

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 **motoc**, l'IHECS dispose d'emplacements à accès réglementé.

