

2019
20

maîtriser les innovations de la communication digitale

MASTER
STRATÉGIE
ET ANALYSE
DE LA
COMMUNICATION
INTERACTIVE
ET COLLABORATIVE

ISFSC

**Le master universitaire
en Stratégie et analyse
de la communication
interactive
et collaborative
forme des cadres aptes
à gérer l'innovation
continue dans les métiers
de la communication
digitale.**

**Il vise le développement de compétences
théoriques, analytiques, stratégiques
et opérationnelles nécessaires
à la gestion du changement
de la communication,
en particulier sur les médias sociaux.**

Le paysage médiatique et communicationnel change. Le développement des pratiques de communication digitale basées sur l'interaction et la collaboration des communautés et des réseaux cristallise ces changements

Cela amène les entreprises, le secteur non marchand (culturel, associatif, etc.) et les institutions publiques à communiquer différemment.

Les technologies de communication numérique comme les médias sociaux – blogs, wikis, plateformes collaboratives, plateformes de partage médiatiques, réseaux socionumériques, etc.– ne s'ajoutent pas simplement aux médias existants.

Elles ne se substituent pas à eux non plus. On constate plutôt une reconfiguration d'ensemble et la création de nouveaux métiers de communication.

Former des stratèges de la communication, *middle managers* aptes à réfléchir et à intégrer le changement, permet de dépasser ces inconnues et d'innover.

**CO-ORGANISATION
CODIPLOMATION**

Ce programme de haut niveau prend appui sur les expertises et expériences de la Haute Ecole Groupe ICHEC – ISFSC et de l'Université Saint-Louis – Bruxelles (co-organisation et codiplomation). Il allie un enseignement universitaire adossé aux développements de la recherche, une formation pratique en prise avec les réalités du monde professionnel et une pédagogie du projet spécialisée dans la communication multimédia.

Compétences à l'issue de ce master

Au terme du master, les diplômé(e)s seront aptes à gérer, de manière innovante et responsable, la communication numérique, collaborative et participative des organisations, en particulier sur les médias sociaux. Ils seront également capables de mettre en œuvre des compétences d'analyse critique et de recherche(-action), et ainsi contribuer à la réflexion et/ou à l'action des acteurs concernés.

Plus précisément, le master vise les compétences suivantes:

- Gérer la présence de l'organisation sur les médias sociaux et collaboratifs
- Maîtriser les méthodes, les outils et les canaux de communication interactive et collaborative
- Mobiliser la direction, le personnel et les partenaires d'une organisation autour de projets de communication interactive et collaborative
- Mobiliser et produire des connaissances en communication interactive et collaborative de façon pertinente et méthodique, dans le cadre d'une réflexion critique ou d'un projet de recherche

Les métiers

Les diplômé(e)s exerceront des responsabilités au sein d'une institution publique, d'une entreprise ou d'une association non marchande, soit dans une position de cadre interne, soit dans une position de supervision ou de consultance.

Chargés de déterminer la stratégie de communication numérique de l'organisation, tant en interne qu'en externe, ils seront amenés à travailler dans des équipes pluridisciplinaires, dans des fonctions telles que:

Stratège de la communication

Social media manager

Digital campaign manager

Chef de projets mobiles

Chef de projet webmarketing

Veilleur stratégique

...



Les institutions partenaires

ISFSC

Situé à l'intersection des quartiers Botanique/église Royale Sainte Marie, **l'Institut Supérieur de Formation Sociale et de Communication (ISFSC)** fait partie de la Haute École Groupe "ICHEC-ISFSC". Cette HE bruxelloise regroupe deux catégories: sociale et économique. On y trouve à la fois des formations de type court, de type long, en horaire décalé, en formation initiale et en formation continue.

En quelques chiffres, la Haute École "ICHEC-ISFSC" c'est 2800 étudiants de 60 nationalités différentes, 14 formations, 400 enseignants, 1700 offres de stage par an et 3 campus proches du centre de Bruxelles.

L'ISFSC représente la catégorie sociale de la haute école. On y forme des bacheliers dans 3 sections différentes: assistant social, communication et écriture multimédia. C'est une école supérieure à taille humaine, où les étudiants sont au centre de leur formation grâce aux nombreux ateliers, projets et stages. Constamment confrontés aux réalités du monde professionnel, ils se préparent à être des acteurs de terrain.

ULS-B

L'Université Saint-Louis - Bruxelles est spécialisée dans les sciences humaines et sociales. Située au cœur de la ville, elle compte aujourd'hui quelques 3500 étudiants répartis en 4 Facultés et 1 Institut.

Onze programmes de bachelier y sont organisés en cours du jour avec des filières plurilingues pour 6 d'entre eux, 2 en horaire décalé, 2 masters 120, 4 masters de spécialisation, 9 domaines de doctorat et 12 programmes de formation continue.

Saint-Louis met son expérience dans l'enseignement de la communication et l'organisation de programmes à horaire décalé au service de ce nouveau master co-organisé avec l'ISFSC.

En effet, la Faculté des sciences économiques, sociales, politiques et de la communication propose déjà un bachelier universitaire en information et communication avec des déclinaisons unilingue, bilingues français-anglais ou français-néerlandais, et trilingue français-anglais-néerlandais. De plus, l'institution a également beaucoup investi dans l'enseignement à horaire décalé, tant au niveau des bacheliers que des masters de spécialisation.

Plus globalement, l'Université dispose d'une équipe d'enseignants-chercheurs et de réseaux de partenaires, en Belgique et à l'international, non seulement en communication mais également dans d'autres disciplines, dont l'expérience pédagogique et les activités de recherche enrichissent, de diverses manières, le master en Stratégie et analyse de la communication interactive et collaborative.

Stages

L'étudiant réalise un stage d'une durée de 270 heures (7 semaines) dans une organisation de son choix (entreprise, association, administration, espace de coworking, agence de consultation, espace de mobilisation sociale...).

Ce stage est l'occasion pour l'étudiant de s'intégrer activement aux activités du lieu de stage, de confronter ses acquis théoriques à la pratique professionnelle et de s'interroger sur les compétences qu'il a acquises.

Le séminaire de pratique (15 heures) balise la recherche du lieu de stage, l'organisation pratique de celui-ci telle que précisée dans la convention de stage, le suivi de son bon déroulement et enfin la rédaction du rapport de stage. Les outils méthodologiques préconisés sont le partage de l'expérience (mise en commun des stagiaires), l'observation de terrain, l'analyse critique argumentée et la rédaction d'un rapport.

Le stage peut s'articuler au mémoire et trouver, dans le "Laboratoire interdisciplinaire de communication interactive et collaborative", un lieu d'expérimentation collective d'actions ou de dispositifs de communication envisagés.

Contacts et inscriptions

À L'UNIVERSITÉ
SAINT-LOUIS - BRUXELLES :

Caroline Dewez
Adjointe au décanat
de la Faculté ESPO
caroline.dewez@usaintlouis.be

www.usaintlouis.be

À L'INSTITUT SUPÉRIEUR
DE FORMATION SOCIALE
ET DE COMMUNICATION (ISFSC) :

Nina Cavecchi
Responsable des inscriptions
n.cavecchi@isfsc.be

www.isfsc.be



UCLouvain
SAINT-LOUIS BRUXELLES

Diplôme

**Diplôme délivré par
l'Université Saint-Louis –
Bruxelles et la Haute École
Groupe ICHEC–ISFSC.**

Programme: 2^e cycle

Horaire: horaire décalé

Crédits: 120

Localisation: Bruxelles-
centre, quartier Botanique.
Les deux sites se situent à
quelques minutes de marche
l'un de l'autre.

Organisation :

Les cours en petits groupes
(25 étudiants en moyenne)
ont lieu plusieurs soirs par
semaine (lundi, mardi et
jeudi) et le samedi.

En fonction de la formation
initialement suivie, des cours
complémentaires peuvent
être ajoutés au programme.
Ceux-ci sont organisés en
journée, ainsi qu'en soirée
(mercredi et/ou vendredi).

Publics cibles:

- Les praticiens de la communication désireux de réorienter leur carrière, d'approfondir certains aspects de leur métier ou de prendre un recul analytique par rapport à leur environnement et à leurs pratiques.
- Les étudiants porteurs d'un diplôme en communication ou similaire, de type court ou de type long, souhaitant développer une carrière professionnelle dans ce domaine.

Conditions d'accès

HAUTE ÉCOLE ET ENSEIGNEMENT SUPÉRIEUR ARTISTIQUE

1^{er} cycle de type court:

Communication, écriture
multimédia, relations
publiques, marketing,
E-business, bibliothécaire-
documentaliste, gestion
des ressources humaines,
arts du spectacle et
techniques de diffusion et de
communication: multimédia.

> **Accès avec complément
de formation de maximum
60 crédits, y compris
en langues (EN ou NL) pour
les étudiants qui ne peuvent
pas attester d'un niveau
B2-C1**

1^{er} cycle de type long:

Communication appliquée
> **Accès avec complément de
formation de maximum
15 crédits**

2^{ème} cycle de type long:

Master en communication
appliquée, master en presse
et information.
> **Accès inconditionnel**

ENSEIGNEMENT UNIVERSITAIRE

1^{er} cycle universitaire:

Information
et communication.

> **Accès inconditionnel**

2^{ème} cycle universitaire:

Information et communication
(master ou licence),
communication, journalisme.

> **Accès inconditionnel**

AUTRES DIPLOMES OU PARCOURS

Sur dossier:

- Accès inconditionnel ou avec complément de formation de maximum 60 crédits, y compris en langues (EN ou NL) pour les étudiants qui ne peuvent pas attester d'un niveau B2-C1.
- Possibilité d'activer le processus de valorisation des acquis de l'expérience (VAE) pour adultes en reprise d'études (au moins cinq années d'activités).

Grille des cours



Intitulé de l'UE	Master	Quadrimestre	Heures	Crédits
Unités d'enseignement développant les connaissances théoriques				
Identités et liens sociaux dans les environnements socionumériques	1	1	45	5
Théories de la participation et communication	1	1	30	5
Psycho-anthropologie des médias sociaux et collaboratifs	1	2	30	5
Droit et déontologie de la communication interactive et collaborative	2	1	30	5
Modèles économiques des médias sociaux et collaboratifs	2	1	30	5
Unités d'enseignement développant les compétences technologiques				
Traitement de données et web sémantique	1	1	45	5
Réseaux informatiques et socionumériques: architecture, sécurité et fonctionnement	1	2	45	5
Unités d'enseignement développant les compétences stratégiques				
Stratégies de la communication interactive et collaborative	1	1	30	5
Dynamiques de travail dans l'organisation connectée	1	1	30	5
Gestion de projets participatifs et collaboratifs	1	2	30	5
Méthodologie de la communication transmédia et crossmédia	1	2	45	8
Marketing interactif	2	1	30	5
Veille, prospective, créativité et innovation	2	1	45	8
Laboratoire interdisciplinaire de communication interactive et collaborative	2	1&2	45	8
Unité d'enseignement consacrée à l'intégration professionnelle				
Stage et séminaire de pratique	2	1&2	15	13
Unités d'enseignement développant les compétences de recherche				
Méthodes de recherche en communication interactive et collaborative	1	2	30	5
Mémoire et séminaire d'accompagnement au mémoire 1	1	1&2	1	7
Mémoire et séminaire d'accompagnement au mémoire 2	2	1&2	12	16