

2CU1G - Projet 3 : Campagne de communication

Bachelier en Communication / Bloc 2

1. Informations générales :

Cycle		Niveau
Bachelier en Communication		Bloc 2
Discipline(s)		
Méthodologie et techniques de la Communication, Activités d'intégration professionnelle		
Crédits	Volume Horaire	Pondération
15	133	300 %
Période	Langue(s)	Niveau CFC
Q1-Q2	Français	6
A choix/Obligatoire		
Obligatoire		
Responsable UE		
Edith Moreels (e.moreels@ifsc.be)		
Implantation		
ISFSC - Rue de la Poste 11 - 1030 Bruxelles		

2. Pré/Co-requis :

Prérequis	Co-requis
Néant	Néant

3. Cette unité d'enseignement comprend :

Code AA	Intitulé	VHA	Pondération	Crédits
2C11G	Stratégie créative	22	60 %	3
2C12G	Scénarisation audiovisuelle	18	40 %	2
2C13G	Conception de supports visuels & maquettage	30	60 %	3
2C14G	Stratégie digitale et community management	21	40 %	2

2C15G	Techniques d'expression orale et corporelle 2	24	40 %	2
2C16G	Projet de campagne	18	60 %	3

4. Compétences :

- Compétence 1 : Etablir une communication professionnelle.
- Compétence 2 : Interagir avec son milieu professionnel.
- Compétence 4 : Mobiliser des savoirs généraux et spécifiques aux domaines de l'information, de la communication, à l'univers des médias et de la culture.
- Compétence 6 : Gérer un projet de communication et d'information dans sa globalité.

5. Capacités :

- Capacité 1.2 : Adopter un comportement adéquat par rapport à la situation et à son interlocuteur.
- Capacité 1.3 : Avoir le sens de l'écoute et être ouvert au dialogue.
- Capacité 2.1 : Comprendre les concepts, le vocabulaire et les codes professionnels.
- Capacité 2.2 : Connaître et utiliser les techniques inhérentes aux professions visées.
- Capacité 2.4 : Travailler en équipe.
- Capacité 4.3 : Utiliser des méthodes d'analyse spécifiques aux domaines de l'information, de la communication, de l'univers des médias et de la culture.
- Capacité 6.1 : Concevoir et exploiter des stratégies de communication.
- Capacité 6.2 : Mettre sa créativité au service de ses actions.
- Capacité 6.4 : Mettre en œuvre des techniques, des procédures et des supports de communication adaptés à un public donné.
- Capacité 6.5 : Construire des plans de communication adaptés tant au niveau interne qu'externe.
- Capacité 6.7 : Mobiliser des outils d'évaluation.

6. Contenus :

2C11G - Stratégie créative :

Les étudiants forment des "agences de pub" qui construisent une campagne publicitaire pour un annonceur du secteur marchand. Ils doivent : analyser un émetteur existant afin de mettre sur pied une stratégie de communication publicitaire adaptée à ses besoins ; cerner une problématique de communication ; identifier le public à cibler et l'analyser ; concevoir un plan et une stratégie de communication en fonction des besoins d'un émetteur réel ; identifier les meilleurs médias et hors médias pour la campagne, planifier leur diffusion et leur création en fonction d'un budget ; Ils doivent pour ce faire rédiger un brief annonceur, puis un brief créatif afin d'établir une recommandation de communication qu'ils argumenteront lors d'un jury.

2C12G - Scénarisation audiovisuelle :

Les objectifs de cette activité sont de :

- connaître et maîtriser le langage, les codes, les règles de l'écriture audiovisuelle du scénario publicitaire;
- Connaître les codes de la création sonore filmique;
- choisir les supports sonores adéquats en fonction d'un objectif communicationnel, d'un public cible et d'une recherche créative;
- Scénariser et réaliser techniquement un spot radio et un spot télévisuel pour la campagne publicitaire d'un annonceur;

Défendre les spots lors du jury.

2C13G - Conception de supports visuels & maquettage :

L'objectif est d'amener les étudiants à comprendre et à élaborer les supports visuels d'une campagne de communication (supports print et web).

Cela passe par l'analyse de la charte graphique de l'émetteur (voire de son amélioration) et de ses habitudes communicationnelles. Création du moodboard de campagne et suivi du maquettage des supports en fonction de l'objectif stratégique et de la cible de campagne.

L'objectif est d'apprendre à :

- Dialoguer avec les acteurs de la chaîne graphique dans le cadre de l'édition et de la diffusion ;
- Hiérarchiser et concevoir l'habillage de contenus ;
- Produire, structurer et gérer des publications au sein d'un système visuel cohérent ;
- Concevoir le chemin de fer d'une publication multi-pages ;
- Identifier les meilleurs supports pour la campagne crossmedias, planifier les projets et savoir travailler efficacement ; Apporter des solutions graphiques et visuelles ;
- Responsabiliser l'étudiant, donner le goût de l'initiative en matière de communication graphique ;
- Aider au développement des facultés d'innovation ;
- Rechercher, développer, expérimenter, s'approprier, connaître ;
- Maîtriser, concrétiser, donner forme ;
- Encourager la transversalité entre les cours ; Observer, analyser, comprendre la mise en forme du message en fonction

2C14G - Stratégie digitale et community management :

L'objectif est d'amener les étudiants à élaborer une stratégie de campagne sur les réseaux et médias sociaux, s'inscrivant dans leur campagne globale (crossmédias) ;

- Le diagnostic client ;
- Les outils d'audit et d'analyse et de veille concurrentielle ;
- Les outils collaboratifs ; Le persona ;
- Les environnements Facebook, Instagram, Twitter, Snapchat, Pinterest et autres ;
- Les outils de création de contenu ;
- Les outils de publication ;
- Le calendrier éditorial et l'accompagnement du client ;
- Projection, analyse et indicateurs de résultats ;
- Stratégie de campagne et stratégie à long terme.

2C15G - Techniques d'expression orale et corporelle 2 :

Idéalement et en fonction du nombre d'heures et du nombre de groupes projet :

- préparation à la présentation orale de la recommandation client ;
- maîtriser la langue française dans son rythme , sa mélodie... ;
- adopter un comportement adéquat en rapport à la situation et à son interlocuteur ;
- maîtriser les outils de la communication orale ;
- scénariser son jury.

2C16G - Projet de campagne :

Préparation au jury de fin d'année - conception du projet via rédaction des dossiers, production des supports et maquettes, réalisation du stand, remise des dossiers et productions demandés dans chaque cours une semaine avant le jury Présentation et défense de la campagne, des supports et de la stratégie sur un stand personnalisé

7. Acquis d'apprentissage :

2C11G - Stratégie créative :

Au terme de l'activité d'enseignement, l'étudiant(e) sera capable de :

- identifier correctement une problématique de communication et faire une recherche documentaire sur un annonceur, sa concurrence, ses habitudes communicationnelles, ses publics cibles ;
- respecter les besoins et le budget d'un client potentiel ;
- choisir et segmenter de façon pertinente un public cible ;
- concevoir une stratégie de campagne de communication persuasive en fonction d'un émetteur et d'une cible ;
- réaliser un briefing commercial, un brief créatif et une recommandation stratégique ;
- concevoir les fondements d'une stratégie publicitaire : promesse, preuve, bénéfice-consommateur, ton de campagne ;
- établir un médiaplanning et un calendrier en fonction d'un budget ;
- argumenter (à l'écrit comme à l'oral) sa stratégie et ses supports pour un client potentiel.

2C12G - Scénarisation audiovisuelle :

Au terme de l'activité d'enseignement, l'étudiant(e) sera capable de :

- concevoir un concept créatif pour des spots radios et vidéos (format de 30 secondes) dans le cadre d'une campagne publicitaire ;
- rédiger et argumenter une note d'intention, un synopsis, un scénario littéraire (continuité dialoguée), une bible, un storyboard commenté pour un spot vidéo ainsi qu'un scénario et une conduite pour un spot radio dans le cadre campagne publicitaire cross-média ;
- créer techniquement deux spots publicitaires (vidéo et radio) contenant aussi des verrouillages sonores dans le cadre d'une campagne publicitaire cross-médias ;
- argumenter et défendre les choix créatifs et stratégiques des spots vidéo et radio à l'écrit et lors du jury.

2C13G - Conception de supports visuels & maquettage :

Au terme de l'activité d'enseignement, l'étudiant(e) sera capable de :

- analyser la construction d'une composition graphique ;
 - concevoir un message graphique adapté à un objectif stratégique et une cible spécifique (tant pour le web que le print) ; concevoir les visuels adaptés (tant pour le web que le print) ;
 - argumenter la pertinence de supports visuels de campagne auprès d'un client ;
 - formuler et communiquer ses intentions graphiques et visuelles à travers le maquettage ;
 - avoir une vision globale et cohérente dans l'élaboration de projets multi-supports ;
 - argumenter (à l'écrit comme à l'oral) sa stratégie et ses supports pour un client potentiel ;
 - respecter le calendrier des échéances du déroulé de l'édition des projets ;
 - produire des supports de communication ;
- comprendre les besoins du client et élaborer une stratégie de diffusion pour le print.

2C14G - Stratégie digitale et community management :

Au terme de l'activité d'enseignement, l'étudiant(e) sera capable :

- de réaliser un audit de la stratégie RS de son client et de sa concurrence ;
- d'établir une stratégie digitale répondant aux besoins et aux objectifs du client ;
- d'actionner les différents médias sociaux et RS en fonction de leur spécificité ;
- de mettre en place une veille sur les réseaux sociaux ;
- de concevoir un calendrier de publication à destination d'un client ;
- de mettre en place une évaluation des résultats (indicateurs et outils statistique) ;
- d'actionner les leviers pertinents pour atteindre les objectifs du client (concours, influenceurs, publication sponsorisés, etc.).

2C15G - Techniques d'expression orale et corporelle 2 :

Au terme de l'AA, l'étudiant(e) sera capable de :

- avoir le sens de l'écoute et être ouvert au dialogue ;
- travailler en collaboration et utiliser les concepts, le vocabulaire et les codes professionnelles ;
- négocier, argumenter et faire preuve de maîtrise de soi.

2C16G - Projet de campagne :

Dans le groupe, tous les étudiants doivent être capables de répondre aux questions concernant tant le brief annonceur que le brief créatif, la stratégie de communication, la stratégie créative que l'élaboration des supports et leur argumentation. Chaque étudiant.e est évalué.e individuellement par rapport à sa posture professionnelle, sa présentation, sa capacité à argumenter la proposition stratégique et créative en s'appuyant sur des sources fiables et un vocabulaire professionnel ainsi que sur la pertinence de ses réponses aux questions.

8. Supports :

2C11G - Stratégie créative :

Syllabus et nombreux diaporamas sur Teams

2C12G - Scénarisation audiovisuelle :

Syllabus et support en ligne sur Teams

2C13G - Conception de supports visuels & maquettage :

Supports de cours et documentation sur Teams

2C14G - Stratégie digitale et community management :

Supports de cours et documentation sur Teams

2C15G - Techniques d'expression orale et corporelle 2 :

Pas de support de cours prévu

2C16G - Projet de campagne :

Pas de support de cours prévu

9. Modalités d'évaluation :

Code AA	Session 1	Session 2	Plan B
2C11G	Travail écrit en "agence de pub" + Jury	Travail écrit en "agence de pub" ou travail individuel + Jury. Les modalités sont précisées dans un contrat pédagogique.	Travail individuel sur base d'un pré-briefing + Jury.
2C12G	Travail écrit en "agence de pub" et réalisation des médias + Jury.	Travail écrit en "agence de pub" ou en individuel et réalisation des médias + Jury.	Travail écrit en individuel + Jury.
2C13G	Jury Projet3 + remise des supports de campagnes en version papier + fichiers adobe	Jury Projet3 + remise des supports de campagnes en version papier + fichiers adobe	Jury Projet3 + remise des supports de campagnes en version pdf + fichiers adobe sur la base d'un briefing fourni par l'enseignante
2C14G	Jury Projet3 + remise de la stratégie digitale et éditoriale et calendrier de publication	Jury Projet3 + remise de la stratégie digitale et éditoriale et calendrier de publication	Jury Projet3 + remise de la stratégie digitale et éditoriale et calendrier de publication sur la base d'un briefing fourni par l'enseignante
2C15G	Jury	Jury	Jury
2C16G	Jury – épreuve intégrée	Jury – épreuve intégrée	Jury – épreuve intégrée

10. Critères de réussite de l'UE :

La cotation globale de l'UE se fait en calculant la moyenne arithmétique pondérée des notes obtenues aux AA.

Considérant que seules les activités de Projets (et de stages) permettent d'évaluer les compétences liées à la posture professionnelle de l'étudiant(e), le jury ne procédera pas à la délibération de cette UE si elle est en échec (moins de 10/20).

11. Titulaire(s) :

Code AA	Titulaire(s)
2C11G	Bernard Buchel (b.buchel@isfsc.be)
2C11G	Axel Druart (a.druart@isfsc.be)
2C12G	Bernard Buchel (b.buchel@isfsc.be)
2C12G	Axel Druart (a.druart@isfsc.be)
2C13G	Anne Hérion (a.herion@isfsc.be)
2C14G	Anne Hérion (a.herion@isfsc.be)
2C15G	Adeline Testart (a.testart@isfsc.be)

Addendum Covid-19

1. Adaptations :

2C11G - Stratégie créative :

Sans objet

2C12G - Scénarisation audiovisuelle :

Sans objet

2C13G - Conception de supports visuels & maquettage :

Principe de classe inversée , consultation et lecture de la matière en semaine distancielle, exercice et mise en pratique en séance.

2C14G - Stratégie digitale et community management :

Semaine présentielle : exposition de la matière et feedback des exercices
Semaine distancielle : exercices et mise en pratique.

2C15G - Techniques d'expression orale et corporelle 2 :

Via teams

2C16G - Projet de campagne :

Sans objet

2. Evaluations (Code Orange ou Rouge) :

Code AA	Session 1	Session 2
2C11G	Travail écrit en "agence de pub" + Jury sur Teams.	Travail écrit en "agence de pub" ou travail individuel + Jury sur Teams. Les modalités sont précisées dans un contrat pédagogique.
2C12G	Travail écrit en "agence de pub" et réalisation des médias + Jury sur Teams.	Travail écrit en "agence de pub" ou en individuel et réalisation des médias + Jury sur Teams.
2C13G	Jury Projet3 + remise des supports de campagnes en version pdf + fichiers adobe	Jury Projet3 + remise des supports de campagnes en version pdf + fichiers adobe
2C14G	Jury Projet3 + remise de la stratégie digitale et éditoriale et calendrier de publication	Jury Projet3 + remise de la stratégie digitale et éditoriale et calendrier de publication
2C15G	Jury via teams	Jury via teams
2C16G	Jury – épreuve intégrée	Jury – épreuve intégrée

2CU2G - Communication visuelle (Projet 3)

Bachelier en Communication / Bloc 2

1. Informations générales :

Cycle		Niveau
Bachelier en Communication		Bloc 2
Discipline(s)		
Informatique, Activités d'intégration professionnelle		
Crédits	Volume Horaire	Pondération
5	60	100 %
Période	Langue(s)	Niveau CFC
Q1-Q2	Français	6
A choix/Obligatoire		
Obligatoire		
Responsable UE		
Laetitia Pottiez (l.pottiez@isfsc.be)		
Implantation		
ISFSC - Rue de la Poste 11 - 1030 Bruxelles		

2. Pré/Co-requis :

Prérequis	Co-requis
Néant	Néant

3. Cette unité d'enseignement comprend :

Code AA	Intitulé	VHA	Pondération	Crédits
2C21G	Atelier de création site internet – CMS	24	40 %	2
2C22G	Atelier de logiciels graphiques Adobe	24	40 %	2
2C23G	Atelier photo (prise de vue et bases techniques)	12	20 %	1

4. Compétences :

- Compétence 1 : Etablir une communication professionnelle.
- Compétence 2 : Interagir avec son milieu professionnel.
- Compétence 3 : Inscire sa pratique dans une réflexion critique, citoyenne et responsable.
- Compétence 6 : Gérer un projet de communication et d'information dans sa globalité.

5. Capacités :

- Capacité 1.1 : Maîtriser la langue française écrite et orale requise par les professions visées.
- Capacité 1.2 : Adopter un comportement adéquat par rapport à la situation et à son interlocuteur.
- Capacité 1.4 : Faire preuve de maîtrise de soi et respecter son interlocuteur.
- Capacité 2.1 : Comprendre les concepts, le vocabulaire et les codes professionnels.
- Capacité 2.2 : Connaître et utiliser les techniques inhérentes aux professions visées.
- Capacité 2.4 : Travailler en équipe.
- Capacité 3.2 : Mesurer les enjeux de ses pratiques professionnelles.
- Capacité 3.4 : Analyser une situation en tenant compte de son contexte (social, politique, culturel,...).
- Capacité 6.1 : Concevoir et exploiter des stratégies de communication.
- Capacité 6.2 : Mettre sa créativité au service de ses actions.
- Capacité 6.6 : Assurer le rôle d'interface auprès de professionnels de différents secteurs.

6. Contenus :

2C21G - Atelier de création site internet – CMS :

L'objectif est d'amener les étudiants à développer un site internet avec Wordpress. Les étudiants devront concevoir l'arborescence et le contenu du site dans Wordpress. A l'aide d'un "page builder" (outil de conception de site ne nécessitant pas de programmation) pour Wordpress. Ce site s'inscrira de manière cohérente à la campagne 360° (optique crossmédias) et reflétera l'identité graphique de l'émetteur et/ou de la campagne. Le site pourra être un site de promotion, un site de présentation d'un produit ou service, un blog institutionnel ou le site d'atterrissage de la campagne. Le site doit répondre aux besoins de l'émetteur et proposer un contenu pertinent. Il doit également tenir compte des bonnes pratiques en matière de référencement.

2C22G - Atelier de logiciels graphiques Adobe :

Les objectifs sont d'apprendre les notions de base de mise en page, pour l'édition de texte et d'images sur support papier, et de son utilisation comme outil de communication et d'apprendre les logiciels Adobe Photoshop, Illustrator, Indesign et Acrobat de manière plus approfondie.

2C23G - Atelier photo (prise de vue et bases techniques) :

L'atelier photo consiste majoritairement en une exploration de la notion de point de vue, autour de laquelle les étudiants sont amenés à voir, analyser et produire des images photographiques et à leur donner du sens. Cette recherche implique également la découverte des différents paramètres techniques et artistiques liés à l'activité de prise de vue, au réglage de l'appareil et à la gestion de la lumière.

7. Acquis d'apprentissage :

2C21G - Atelier de création site internet – CMS :

Au terme de l'activité d'enseignement, l'étudiant(e) sera capable de:

- élaborer un projet de communication web reposant sur les besoins d'un client;
- élaborer l'arborescence, l'architecture de l'information d'un site internet en fonction d'objectifs de communication identifiés en prenant en compte les contraintes techniques et les besoins du public cible et de l'émetteur ;
- produire une communication graphique originale et innovante dans le respect des droits d'auteurs ;

- définir les étapes, éléments et les outils graphiques et informatiques nécessaires à la réalisation de celle-ci; - créer et administrer un site web à l'aide du cms wordpress ;
- intégrer une stratégie de référencement à sa stratégie de communication web.

2C22G - Atelier de logiciels graphiques Adobe :

Au terme de l'activité d'enseignement, l'étudiant(e) sera capable de :

- produire des supports de communication à l'aide des outils numériques ;
- d'avoir une vision globale et cohérente du flux entre les logiciels ;
- d'acquérir les techniques d'infographies pour la mise en page et le traitement des images et du texte ; de comprendre le vocabulaire spécialisé de la production numérique ; - de réaliser des exercices en adéquation avec la campagne crossmédias; - d'avoir une vision globale et cohérente dans la production numérique.

2C23G - Atelier photo (prise de vue et bases techniques) :

Au terme de l'activité d'enseignement, l'étudiant(e) sera capable d'utiliser un appareil photo reflex en mode manuel et d'en maîtriser les principaux réglages. Il-elle sera également en mesure d'exprimer un point de vue à travers une image ou série photographique.

8. Supports :

2C21G - Atelier de création site internet – CMS :

Supports de cours et documentations en ligne sur Teams

2C22G - Atelier de logiciels graphiques Adobe :

Support didactique : projection écran - Moments de questions-réponses - Prise de notes par les étudiants

2C23G - Atelier photo (prise de vue et bases techniques) :

Vidéos / Photos

9. Modalités d'évaluation :

Code AA	Session 1	Session 2	Plan B
2C21G	Travail : réalisation du site de la campagne	Travail : réalisation du site de la campagne	Travail : réalisation d'un site internet : émetteur à faire valider par l'enseignante
2C22G	Evaluation continue, travaux	Evaluation continue, travaux	Travail avec défense orale
2C23G	Travail	Travail	Travail

10. Critères de réussite de l'UE :

La cotation globale de l'UE se fait en calculant la moyenne arithmétique pondérée des notes obtenues aux AA.

11. Titulaire(s) :

Code AA	Titulaire(s)
2C21G	Anne Hérion (a.herion@isfsc.be)
2C21G	Laetitia Pottiez (l.pottiez@isfsc.be)
2C21G	Hassane Njimi (h.njimi@isfsc.be)
2C22G	Jérôme Coche (j.coche@isfsc.be)
2C23G	Erika Meda (e.meda@isfsc.be)

Addendum Covid-19

1. Adaptations :

2C21G - Atelier de création site internet – CMS :

Semaine présentielle : exposition de la matière et feedback des exercices
 Semaine distancielle : exercices et mise en pratique : avancement du projet étape par étape

2C22G - Atelier de logiciels graphiques Adobe :

Travaux/TP

2C23G - Atelier photo (prise de vue et bases techniques) :

Sans objet

2. Evaluations (Code Orange ou Rouge) :

Code AA	Session 1	Session 2
2C21G	Travail : réalisation du site de la campagne	Travail : réalisation du site de la campagne
2C22G	Evaluation continue (sur base de TP), travaux	Evaluation continue (sur base de TP), travaux
2C23G	Travail	Travail

2CU3G - Ateliers médias

Bachelier en Communication / Bloc 2

1. Informations générales :

Cycle		Niveau
Bachelier en Communication		Bloc 2
Discipline(s)		
Activités d'intégration professionnelle		
Crédits	Volume Horaire	Pondération
5	60	100 %
Période	Langue(s)	Niveau CFC
Q1-Q2	Français	6
A choix/Obligatoire		
Obligatoire		
Responsable UE		
Geoffrey Baras (g.baras@isfsc.be)		
Implantation		
ISFSC - Rue de la Poste 11 - 1030 Bruxelles		

2. Pré/Co-requis :

Prérequis	Co-requis
Néant	Néant

3. Cette unité d'enseignement comprend :

Code AA	Intitulé	VHA	Pondération	Crédits
2C31G	Atelier audiovisuel (Prise de vue et montage)	36	60 %	3
2C32G	Atelier Radio (Prise de son et montage)	24	40 %	2

4. Compétences :

- Compétence 1 : Etablir une communication professionnelle.
- Compétence 2 : Interagir avec son milieu professionnel.
- Compétence 3 : Inscrire sa pratique dans une réflexion critique, citoyenne et responsable.
- Compétence 5 : Informer, sensibiliser et divertir dans les domaines de l'information, de la communication, des médias et de la culture.

5. Capacités :

- Capacité 1.1 : Maîtriser la langue française écrite et orale requise par les professions visées.
- Capacité 1.3 : Avoir le sens de l'écoute et être ouvert au dialogue.
- Capacité 2.1 : Comprendre les concepts, le vocabulaire et les codes professionnels.
- Capacité 2.2 : Connaître et utiliser les techniques inhérentes aux professions visées.
- Capacité 2.4 : Travailler en équipe.
- Capacité 3.1 : Identifier et s'appropriier les valeurs et les règles déontologiques propres à chaque métier de l'information et de la communication.
- Capacité 5.1 : Recourir à diverses sources d'information, les recouper et synthétiser les contenus.
- Capacité 5.2 : Identifier les publics-cibles et leurs besoins spécifiques.
- Capacité 5.4 : Maîtriser les outils de communication oraux, écrits, audiovisuels et interactifs et les codes liés à la communication non-verbale.
- Capacité 5.5 : Utiliser le langage spécifique du média concerné pour assurer le traitement et la diffusion de l'information.
- Capacité 5.6 : Utiliser les différentes techniques d'écriture liées à l'information et à la communication.

6. Contenus :

2C31G - Atelier audiovisuel (Prise de vue et montage) :

L'atelier a pour objectif la réalisation d'un sujet vidéo de 02'30. L'atelier vidéo rendra les étudiants aptes à réaliser par groupe de 3 à 4 étudiants maximum un sujet vidéo de type « news » sur une problématique sociale, politique, culturelle, etc. liée à l'actualité. Ce sujet devra être tourné, monté et mixé. Les étudiants seront capables pour cela de filmer en respectant la grammaire audiovisuelle élémentaire (diversité des plans, respect de l'axe de prise de vue, stabilité, cadrage, etc.) Ils seront en mesure d'y insérer 3 interviews différentes donnant du crédit à leur sujet ainsi que d'effectuer un "face caméra" donnant du sens à leur reportage. Il s'agit de faire sentir la dimension humaine de la problématique, notamment à travers les différentes interviews mais aussi au travers d'une mise en image riche et efficace du sujet ainsi que l'écriture d'une voix off !

2C32G - Atelier Radio (Prise de son et montage) :

Construire l'initiation à l'écriture et à la construction narrative spécifique à la radio. Permettre aux étudiants de découvrir les réalités de la construction de reportages d'information et de la réalisation d'un journal parlé.

Partie théorique :

Présentation des différents formats

Présentation des attentes liées aux reportages à produire

Partie pratique

Choix des sujets, angles, axes

Recherche d'infos

Recherche d'intervenants

Travail de hiérarchisation de l'info

Reportage sur le terrain (interview, prise de son)

Montage en studio, rédaction des textes de lancement, chapeau, transition, conclusion et / ou billet selon les cas

Enregistrement des textes et intégration au montage final

Enregistrement des Journaux parlés en conditions directes

Ecoute

évaluative

7. Acquis d'apprentissage :

2C31G - Atelier audiovisuel (Prise de vue et montage) :

Au terme de l'activité d'enseignement, l'étudiant(e) sera capable :

- de maîtriser les aspects techniques audiovisuels élémentaires (caméra, logiciel de montage);
- de choisir un angle approprié pour son sujet;
- d'effectuer correctement une interview et d'en utiliser de manière pertinente son contenu;
- d'écrire une voix off donnant du sens au reportage.

2C32G - Atelier Radio (Prise de son et montage) :

Au terme de l'activité d'enseignement, l'étudiant(e) sera capable :

- comprendre les spécificités du langage radio;
- choisir un sujet, un angle, un axe narratif;
- extraire les informations importantes à partir d'une source sonore;
- s'exercer à la prise de son extérieure;
- apprendre à poser des questions pertinentes et à mener une interview en condition réelle;
- choisir la matière pertinente pour le sujet à construire ; - s'exercer au montage à l'aide d'un logiciel ad-hoc;
- hiérarchiser judicieusement l'essentiel de l'accessoire pour respecter un format donné;
- aller chercher de l'information complémentaire pertinente;
- écrire en format radio pour agrémenter les sons : lancement, chapeau, transitions, commentaires, conclusion et/ou billets; - s'exercer au micro en conditions directes : présentation, billets secs, billets montés.

8. Supports :

2C31G - Atelier audiovisuel (Prise de vue et montage) :

Powerpoint (exemples vidéos de reportages) - Références techniques matériels vidéo - Tutoriaux Adobe Première Pro

2C32G - Atelier Radio (Prise de son et montage) :

Notes du professeur, notes de cours, supports vidéo, manuel de cours et documents sur Claroline (dans la mesure du respect des droits d'auteur).

9. Modalités d'évaluation :

Code AA	Session 1	Session 2	Plan B
2C31G	Travail	Travail	Travail
2C32G	Travail	Travail	Travail

10. Critères de réussite de l'UE :

La cotation globale de l'UE se fait en calculant la moyenne arithmétique pondérée des notes obtenues aux AA.

11. Titulaire(s) :

Code AA	Titulaire(s)
---------	--------------

2C31G	Geoffrey Baras (g.baras@isfsc.be)
2C32G	Didier Mélon (d.melon@isfsc.be)
2C32G	Yves Merens (y.merens@isfsc.be)

Addendum Covid-19

1. Adaptations :

2C31G - Atelier audiovisuel (Prise de vue et montage) :

Tutoriels via vidéo présentant le logiciel de montage et le matériel de tournage. + vidéos explicatives sur la grammaire audiovisuelle de base
Réunion de rédaction via Teams

2C32G - Atelier Radio (Prise de son et montage) :

Sans objet

2. Evaluations (Code Orange ou Rouge) :

Code AA	Session 1	Session 2
2C31G	Travail	Travail
2C32G	Travail	Travail

2CU4G - Philosophie et sociologie

Bachelier en Communication / Bloc 2

1. Informations générales :

Cycle		Niveau
Bachelier en Communication		Bloc 2
Discipline(s)		
Histoire et Philosophie, Psychologie et Sociologie		
Crédits	Volume Horaire	Pondération
5	60	100 %
Période	Langue(s)	Niveau CFC
Q1-Q2	Français	6
A choix/Obligatoire		
Obligatoire		
Responsable UE		
Stéphane Godefroid (s.godefroid@isfsc.be)		
Implantation		
ISFSC - Rue de la Poste 11 - 1030 Bruxelles		

2. Pré/Co-requis :

Prérequis	Co-requis
Néant	Néant

3. Cette unité d'enseignement comprend :

Code AA	Intitulé	VHA	Pondération	Crédits
2C41G	Philosophie des médias et de la communication	36	60 %	3
2C42G	Sociologie générale	24	40 %	2

4. Compétences :

- Compétence 3 : Inscrire sa pratique dans une réflexion critique, citoyenne et responsable.
- Compétence 4 : Mobiliser des savoirs généraux et spécifiques aux domaines de l'information, de la communication, à l'univers des médias et de la culture.

5. Capacités :

- Capacité 3.2 : Mesurer les enjeux de ses pratiques professionnelles.
- Capacité 3.3 : Participer à l'évolution de son environnement professionnel.
- Capacité 3.4 : Analyser une situation en tenant compte de son contexte (social, politique, culturel,...).
- Capacité 4.1 : Développer sa culture générale et entretenir sa connaissance de l'actualité.
- Capacité 4.2 : Comprendre le fonctionnement (sociologique, économique, historique, culturel et politique) des domaines de l'information, de la communication, des médias et de la culture.
- Capacité 4.3 : Utiliser des méthodes d'analyse spécifiques aux domaines de l'information, de la communication, de l'univers des médias et de la culture.

6. Contenus :

2C41G - Philosophie des médias et de la communication :

L'AA approfondit l'analyse des médias et de la communication selon quatre axes complémentaires. Il s'agit premièrement de penser la philosophie des médias et de la communication comme réflexion sur ce qui (n') est (pas) médiatisé : l'actualité. D'aborder ensuite la philosophie des médias et de la communication comme analyse critique et systémique du fonctionnement des médias et de leurs communications. Troisièmement, la philosophie des médias et de la communication veut penser, au travers des nouvelles techniques et technologies, l'impact des médias dans notre vie, dans notre rapport au monde, aux autres et à nous-même. Enfin, la philosophie des médias et de la communications introduit à la question du sens, de l'expérience et de la réalité en examinant les relations complexes entre langage et réalité, langage et pensée, langage et connaissance.

L'AA s'efforcera de tenir ensemble ces quatre niveaux d'analyses (1. L'actualité — 2. Les médias — 3. La technique — 4. Le langage et la communication) pour saisir au plus près ce qui façonne effectivement notre quotidienneté).

2C42G - Sociologie générale :

Réfléchir en sociologue, c'est viser à appréhender la complexité de la réalité sociale humaine en développant des analyses sur base d'outils spécifiques et propres à la discipline. Le propos introductif permettra à l'étudiant d'intégrer une série de balises théoriques en termes de courants de pensée, d'auteurs et de concepts aux fondements de la discipline ainsi que quelques points de repères épistémologiques.

Contenu (minimal)

- I. Qu'est-ce que la sociologie ?
- II. Tradition, Modernité et figures de l'individu
- III. Questions d'identité : a) de Goffman aux réseaux socio-numériques, b) la reproduction chère à Bourdieu, c) le poids des « primes socialisations » chez Lahire.
- IV. Quelques petits éléments d'épistémologie (chapitre non systématiquement développé).

7. Acquis d'apprentissage :

2C41G - Philosophie des médias et de la communication :

Au terme de l'activité d'enseignement, l'étudiant(e) sera capable de Reformuler, démontrer, questionner, argumenter et synthétiser les thèses développées au cours.

2C42G - Sociologie générale :

Au terme de l'activité d'enseignement, l'étudiant(e) sera capable de :

- différencier sens commun et sens sociologique et, ainsi, développer un point de vue critique minimal autour de thématiques travaillées en séance ;
- formuler avec ses mots la pensée sociologique des auteurs abordés en séance et cerner les éléments centraux de leur pensée ;
- maîtriser les théories ou concepts sociologiques développés pour comprendre les thématiques travaillées ;
- formuler et opérer des liens entre les différents auteurs, thématiques et concepts sociologiques développés en séance ;
- illustrer les thématiques étudiées avec des exemples concrets.

8. Supports :

2C41G - Philosophie des médias et de la communication :

Notes de cours des étudiants / Films / Séries / Documentaires

2C42G - Sociologie générale :

Dias et documents utilisés en séances disponibles sur Teams

Notes de cours partielles disponibles sur Teams pour certains chapitres et après qu'ils aient été travaillés en séance

9. Modalités d'évaluation :

Code AA	Session 1	Session 2	Plan B
2C41G	Examen écrit	Examen écrit	Examen écrit
2C42G	Examen écrit	Examen écrit	Examen écrit

10. Critères de réussite de l'UE :

La cotation globale de l'UE se fait en calculant la moyenne arithmétique pondérée des notes obtenues aux AA.

11. Titulaire(s) :

Code AA	Titulaire(s)
2C41G	Stéphane Godefroid (s.godefroid@isfsc.be)
2C42G	Danièle Peto (d.peto@isfsc.be)

Addendum Covid-19

1. Adaptations :

2C41G - Philosophie des médias et de la communication :

Cours magistraux en présentiel / Documentaires, films, séries, podcasts, en distanciel

2C42G - Sociologie générale :

Chaque séance de cours donnée en présentiel est aussi retransmise en synchronie sur Teams et enregistrée pour les étudiants dans l'impossibilité de se connecter au moment où se donne le cours. L'enregistrement est fait avec les moyens du bord, on en pardonnera donc son aspect bricolé. Semaine après semaine les séances sont donc différentes mais les étudiants "hors ISFSC" ont accès, via Teams, à la séance de la semaine soit en distanciel synchrone soit via enregistrements filmé.

2. Evaluations (Code Orange ou Rouge) :

Code AA	Session 1	Session 2
2C41G	Examen écrit	Examen écrit
2C42G	Examen écrit à livre ouvert	Examen écrit à livre ouvert

2CU5G - Méthodologie de la recherche

Bachelier en Communication / Bloc 2

1. Informations générales :

Cycle		Niveau
Bachelier en Communication		Bloc 2
Discipline(s)		
Psychologie et Sociologie, Méthodologie et techniques de la Communication, Activités d'intégration professionnelle		
Crédits	Volume Horaire	Pondération
5	60	100 %
Période	Langue(s)	Niveau CFC
Q1-Q2	Français	6
A choix/Obligatoire		
Obligatoire		
Responsable UE		
Emmanuel Murhula A. Nashi (e.murhula@ifsc.be)		
Implantation		
ISFSC - Rue de la Poste 11 - 1030 Bruxelles		

2. Pré/Co-requis :

Prérequis	Co-requis
Néant	Néant

3. Cette unité d'enseignement comprend :

Code AA	Intitulé	VHA	Pondération	Crédits
2C51G	Méthodes de la recherche en sciences sociales	24	40 %	2
2C52G	Recherche et veille documentaire et médiatique	24	40 %	2
2C53G	Questions de recherche et travail de fin d'études	12	20 %	1

4. Compétences :

- Compétence 1 : Etablir une communication professionnelle.
- Compétence 2 : Interagir avec son milieu professionnel.
- Compétence 3 : Inscrire sa pratique dans une réflexion critique, citoyenne et responsable.
- Compétence 4 : Mobiliser des savoirs généraux et spécifiques aux domaines de l'information, de la communication, à l'univers des médias et de la culture.
- Compétence 5 : Informer, sensibiliser et divertir dans les domaines de l'information, de la communication, des médias et de la culture.

5. Capacités :

- Capacité 1.1 : Maîtriser la langue française écrite et orale requise par les professions visées.
- Capacité 2.1 : Comprendre les concepts, le vocabulaire et les codes professionnels.
- Capacité 2.2 : Connaître et utiliser les techniques inhérentes aux professions visées.
- Capacité 2.3 : Etablir et respecter des conventions.
- Capacité 3.1 : Identifier et s'approprier les valeurs et les règles déontologiques propres à chaque métier de l'information et de la communication.
- Capacité 3.3 : Participer à l'évolution de son environnement professionnel.
- Capacité 3.4 : Analyser une situation en tenant compte de son contexte (social, politique, culturel,...).
- Capacité 4.2 : Comprendre le fonctionnement (sociologique, économique, historique, culturel et politique) des domaines de l'information, de la communication, des médias et de la culture.
- Capacité 4.3 : Utiliser des méthodes d'analyse spécifiques aux domaines de l'information, de la communication, de l'univers des médias et de la culture.
- Capacité 5.1 : Recourir à diverses sources d'information, les recouper et synthétiser les contenus.
- Capacité 5.2 : Identifier les publics-cibles et leurs besoins spécifiques.

6. Contenus :

2C51G - Méthodes de la recherche en sciences sociales :

L'activité d'apprentissage a pour finalité d'introduire au processus de la recherche scientifique. Elle pose les fondements d'une méthode de recherche en sciences sociales en général, et des sciences de l'information et de la communication, en particulier, en accomplissant les trois premières étapes d'une recherche (soit la transformation d'une question de départ en passant par la problématique).

Les séances du cours se dérouleront sous les formes suivantes : Exposés théoriques ex-cathedra suivis d'exercices en équipes. Ce travail se fera partiellement en mode présentiel (auditoire), et distanciel (bibliothèque, salle informatique, Teams). Les slides, mis en ligne à la fin de chaque séance, constituent le support du cours, en même temps que les explications données et les notes prises en séance.

Contenu:

Le processus de recherche - La question de départ et le choix du sujet de recherche - L'exploration théorique et les entretiens exploratoires - la problématique et le question de recherche.

2C52G - Recherche et veille documentaire et médiatique :

L'activité a pour objectif de :

- comprendre la notion de source ; maîtriser les outils de recherche ;
- évaluer la pertinence et la fiabilité d'une source potentielle ;
- savoir quand et comment renvoyer à une source ;
- trouver et sélectionner des documents diversifiés, pertinents, pointus et fiables sur une thématique relevant des sciences humaines ;
- comprendre l'utilisation d'une plateforme de curation de contenu.

2C53G - Questions de recherche et travail de fin d'études :

L'objectif de l'activité est de poser les bases de la recherche préalable au travail de fin d'études et dégager une question de recherche pour son TFE par l'élaboration d'une note d'intention et d'une interview. L'étudiant identifiera les méthodes et les outils de recherche les plus pertinents dans le cadre de la

réalisation de son projet (campagne de communication/réponse à un appel à projets/projet personnel). Il s'appuiera sur des sources documentaires et des personnes-ressources professionnelles pour vérifier la pertinence du choix de son sujet. Il s'agit aussi de définir les exigences et les critères de recevabilité du travail académique de fin d'études en communication.

Le cours sera donné au 2e quadrimestre, le contenu est susceptible d'être adapté en cours d'année.

7. Acquis d'apprentissage :

2C51G - Méthodes de la recherche en sciences sociales :

Au terme de l'activité d'enseignement, l'étudiant(e) sera capable de questionner une thématique afin d'en dégager un (des) problème(s) communicationnel(s). Il-elle sera ensuite en mesure de définir un sujet de recherche et de se poser une bonne question de départ. Il-elle saura procéder à une exploration théorique et pratique de son sujet. Enfin, il-elle sera capable de formuler une problématique de recherche.

2C52G - Recherche et veille documentaire et médiatique :

Au terme de l'activité d'enseignement, l'étudiant(e) sera capable de :

- trouver des sources diversifiées et de qualité, y compris dans le web caché, et utiliser les répertoires importants dans les domaines relevant des sciences humaines ;
- trouver des données statistiques sur un sujet de recherche ;
- utiliser efficacement les formulaires de recherche avancée sur le Web ;
- évaluer méthodiquement la pertinence et la fiabilité des sources potentielles ;
- référencer tout type de document selon une norme bibliographique raisonnée ;
- éviter tout risque de plagiat ; trier et organiser l'information selon une ligne éditoriale ;
- utiliser une plateforme de curation de contenus pour réaliser une veille documentaire ;
- formuler ses propres requêtes RSS.

2C53G - Questions de recherche et travail de fin d'études :

Au terme de l'activité d'enseignement, l'étudiant(e) sera capable de :

- rechercher une question de communication pour le TFE en identifiant une problématique de communication d'un émetteur ;
- analyser une situation en tenant compte de son contexte (social, politique, culturel, économique...) ;
- utiliser des méthodes d'analyse spécifiques aux domaines de l'information, de la communication, de l'univers des médias et de la culture ;
- recourir à diverses sources d'information, les recouper et synthétiser les contenus ;
- pratiquer de la veille à partir d'un sujet spécifique, faire une interview d'un professionnel de la communication, et rédiger une note détaillant sa question de recherche, basée sur une recherche documentaire.

8. Supports :

2C51G - Méthodes de la recherche en sciences sociales :

Slides (disponibles sur le site du cours)

2C52G - Recherche et veille documentaire et médiatique :

Diaporamas sur Teams

2C53G - Questions de recherche et travail de fin d'études :

Syllabus, slides, fiches pratiques en ligne

Le cours sera donné au 2e quadrimestre, le contenu est susceptible d'être adapté en cours d'année.

9. Modalités d'évaluation :

Code AA	Session 1	Session 2	Plan B
2C51G	4 travaux réalisés en équipes, et à déposer sur le site du cours (Teams) à des échéances fixées au fur et à mesure. Les exercices étant réalisés collectivement, la note respective des 4 travaux est par conséquent commune.	Amélioration des travaux non réussis en session 1	Travail sur base d'un contrat pédagogique
2C52G	Travail de recherche et veille médiatique sur un thème de communication défini par l'étudiant parmi 4 optiques proposées.	Travail de recherche et veille médiatique sur un thème de communication défini par l'étudiant parmi 4 optiques proposées.	Travail de recherche et veille médiatique sur un thème de communication défini par l'étudiant parmi 4 optiques proposées.
2C53G	Le cours sera donné au 2e quadrimestre, le contenu sera adapté en cours d'année.	Le cours sera donné au 2e quadrimestre, le contenu sera adapté en cours d'année.	Le cours sera donné au 2e quadrimestre, le contenu sera adapté en cours d'année.

10. Critères de réussite de l'UE :

La cotation globale de l'UE se fait en calculant la moyenne arithmétique pondérée des notes obtenues aux AA.

11. Titulaire(s) :

Code AA	Titulaire(s)
2C51G	Emmanuel Murhula A. Nashi (e.murhula@ifsc.be)
2C52G	Axel Druart (a.druart@ifsc.be)
2C52G	Pierre Pirson (p.pirson@ifsc.be)
2C52G	Bernard Buchel (b.buchel@ifsc.be)
2C53G	Pascale Gany (p.gany@ifsc.be)
2C53G	Edith Moreels (e.moreels@ifsc.be)

Addendum Covid-19

1. Adaptations :

2C51G - Méthodes de la recherche en sciences sociales :

Sans objet

2C52G - Recherche et veille documentaire et médiatique :

En présentiel, les étudiants s'initient au travail de recherche doc et veille médiatique.
En semaine à domicile, les étudiants avancent point par point dans leur travail final.

2C53G - Questions de recherche et travail de fin d'études :

Le cours sera donné au 2e quadrimestre, le contenu est susceptible d'être adapté en cours d'année.

2. Evaluations (Code Orange ou Rouge) :

Code AA	Session 1	Session 2
2C51G	4 travaux comptant chacun pour 5 points.	Amélioration des travaux non réussis en session 1
2C52G	Travail de recherche et veille médiatique sur un thème de communication défini par l'étudiant parmi 4 optiques proposées.	Travail de recherche et veille médiatique sur un thème de communication défini par l'étudiant parmi 4 optiques proposées.
2C53G	Le cours sera donné au 2e quadrimestre, le contenu sera adapté en cours d'année.	Le cours sera donné au 2e quadrimestre, le contenu sera adapté en cours d'année.

2CU6G - Activités d'intégration professionnelle 1

Bachelier en Communication / Bloc 2

1. Informations générales :

Cycle		Niveau
Bachelier en Communication		Bloc 2
Discipline(s)		
Activités d'intégration professionnelle		
Crédits	Volume Horaire	Pondération
15	298	300 %
Période	Langue(s)	Niveau CFC
Q1-Q2	Français	6
A choix/Obligatoire		
Obligatoire		
Responsable UE		
Laetitia Pottiez (l.pottiez@isfsc.be)		
Implantation		
ISFSC - Rue de la Poste 11 - 1030 Bruxelles		

2. Pré/Co-requis :

Prérequis	Co-requis
Néant	Néant

3. Cette unité d'enseignement comprend :

Code AA	Intitulé	VHA	Pondération	Crédits
2C61G	Activités d'intégration professionnelle dont stage 1	286	260 %	13
2C62G	Identité professionnelle et portfolio web 2	12	40 %	2

4. Compétences :

- Compétence 1 : Etablir une communication professionnelle.
- Compétence 2 : Interagir avec son milieu professionnel.
- Compétence 3 : Inscrire sa pratique dans une réflexion critique, citoyenne et responsable.
- Compétence 4 : Mobiliser des savoirs généraux et spécifiques aux domaines de l'information, de la communication, à l'univers des médias et de la culture.
- Compétence 5 : Informer, sensibiliser et divertir dans les domaines de l'information, de la communication, des médias et de la culture.
- Compétence 6 : Gérer un projet de communication et d'information dans sa globalité.

5. Capacités :

- Capacité 1.2 : Adopter un comportement adéquat par rapport à la situation et à son interlocuteur.
- Capacité 2.1 : Comprendre les concepts, le vocabulaire et les codes professionnels.
- Capacité 2.2 : Connaître et utiliser les techniques inhérentes aux professions visées.
- Capacité 3.2 : Mesurer les enjeux de ses pratiques professionnelles.
- Capacité 4.2 : Comprendre le fonctionnement (sociologique, économique, historique, culturel et politique) des domaines de l'information, de la communication, des médias et de la culture.
- Capacité 5.5 : Utiliser le langage spécifique du média concerné pour assurer le traitement et la diffusion de l'information.
- Capacité 6.2 : Mettre sa créativité au service de ses actions.
- Capacité 6.4 : Mettre en œuvre des techniques, des procédures et des supports de communication adaptés à un public donné.

6. Contenus :

2C61G - Activités d'intégration professionnelle dont stage 1 :

L'UE intègre le seul stage de l'année en cours, mené sur un lieu de stage professionnel.

2C62G - Identité professionnelle et portfolio web 2 :

Cette activité est divisée en deux parties thématiques : Le travail sur l'identité professionnelle de l'étudiant et le travail sur sa présence professionnelle sur Internet

La thématique "identité professionnelle" a pour objectif d'accompagner l'étudiant dans sa recherche de stage, sa négociation de stage et l'aboutissement de la signature d'une convention de stage. L'étudiant sera aussi amené à se questionner sur sa pratique, à avoir une réflexion critique sur celle-ci et à l'analyser lors de différentes rencontres avec son MFP.

La thématique "portfolio web" a pour objectif de permettre à l'étudiant de disposer d'un support web à destination du monde professionnel. Ce portfolio lui permet de disposer d'un espace où se retrouveront ses compétences, ses projets, ses réalisations personnelles ou effectuées dans le cadre d'un stage. Ce portfolio suit l'étudiant dès le bloc 1 jusqu'au bloc 3.

7. Acquis d'apprentissage :

2C61G - Activités d'intégration professionnelle dont stage 1 :

Au terme de l'activité d'enseignement, l'étudiant sera capable de :

- assumer un processus de communication en prenant en charge des responsabilités professionnelles ;
- mobiliser, développer et perfectionner les compétences nécessaires à la pratique professionnelle ;
- faire preuve d'une posture professionnelle et savoir travailler en équipe ;
- rendre compte de la réalité professionnelle observée (visite de stage) ;
- évaluer ses apprentissages et ses réalisations personnelles (visite de stage).

2C62G - Identité professionnelle et portfolio web 2 :

Au terme de l'activité d'enseignement, l'étudiant sera capable de :

- identifier et valoriser les acquis d'apprentissage et les utiliser à des fins prospectives ;
- élaborer des outils personnels pour la prospection et la négociation professionnelle ;

- rendre compte de la réalité professionnelle observée.

8. Supports :

2C61G - Activités d'intégration professionnelle dont stage 1 :

Syllabus en ligne : site internet de l'activité et Support documentaire en ligne via "Teams"

2C62G - Identité professionnelle et portfolio web 2 :

Support en ligne via la plateforme "Teams"

9. Modalités d'évaluation :

Code AA	Session 1	Session 2	Plan B
2C61G	Cote stage pondérée par le MFP	Cote stage pondérée par le MFP	Cote stage pondérée par le MFP
2C62G	Bilan de stage individuel avec le MFP + rencontres avec le MFP appuyées par le portfolio web	Bilan de stage individuel avec le MFP + rencontres avec le MFP appuyées par le portfolio web	Bilan de stage individuel avec le MFP + rencontres avec le MFP appuyées par le portfolio web

10. Critères de réussite de l'UE :

La cotation globale de l'UE se fait en calculant la moyenne arithmétique pondérée des notes obtenues aux AA.

Considérant que seules les activités de Stages (et de Projets) permettent d'évaluer les compétences liées à la posture professionnelle de l'étudiant(e), et qu'elles constituent un jalon hors-les-murs indispensable de sa professionnalisation, le jury ne procédera pas à la délibération de cette UE si elle est en échec (moins de 10/20).

11. Titulaire(s) :

Code AA	Titulaire(s)
2C61G	Geoffrey Baras (g.baras@isfsc.be)
2C61G	Julie Binsztok (j.binsztok@isfsc.be)
2C61G	Yves Merens (y.merens@isfsc.be)
2C61G	Selena Scalzo (s.scalzo@isfsc.be)
2C61G	Nathalie Van Cauberg (n.van.cauberg@isfsc.be)
2C61G	Thibaut Fontenoy (t.fontenoy@isfsc.be)

Addendum Covid-19

1. Adaptations :

2C61G - Activités d'intégration professionnelle dont stage 1 :

Sans objet

2C62G - Identité professionnelle et portfolio web 2 :

Sans objet

2. Evaluations (Code Orange ou Rouge) :

Code AA	Session 1	Session 2
2C61G	Cote stage pondérée par le MFP	Cote stage pondérée par le MFP
2C62G	Bilan de stage individuel avec le MFP + rencontres avec le MFP appuyées par le portfolio web	Bilan de stage individuel avec le MFP + rencontres avec le MFP appuyées par le portfolio web

2CU7G - Histoire des arts contemporains et pratiques culturelles

Bachelier en Communication / Bloc 2

1. Informations générales :

Cycle		Niveau
Bachelier en Communication		Bloc 2
Discipline(s)		
Histoire et Philosophie, Méthodologie et techniques de la Communication		
Crédits	Volume Horaire	Pondération
5	48	100 %
Période	Langue(s)	Niveau CFC
Q1	Français	6
A choix/Obligatoire		
Obligatoire		
Responsable UE		
Marie-Emilie Ricker (me.ricker@isfsc.be)		
Implantation		
ISFSC - Rue de la Poste 11 - 1030 Bruxelles		

2. Pré/Co-requis :

Prérequis	Co-requis
Néant	Néant

3. Cette unité d'enseignement comprend :

Code AA	Intitulé	VHA	Pondération	Crédits
2C71G	Histoire des arts contemporains et du design	24	60 %	3
2C72G	Ecriture créative	12	20 %	1
2C73G	Exploration de la création musicale et des univers sonores	12	20 %	1

4. Compétences :

- Compétence 1 : Etablir une communication professionnelle.
- Compétence 3 : Inscire sa pratique dans une réflexion critique, citoyenne et responsable.
- Compétence 4 : Mobiliser des savoirs généraux et spécifiques aux domaines de l'information, de la communication, à l'univers des médias et de la culture.
- Compétence 6 : Gérer un projet de communication et d'information dans sa globalité.

5. Capacités :

- Capacité 1.1 : Maîtriser la langue française écrite et orale requise par les professions visées.
- Capacité 1.2 : Adopter un comportement adéquat par rapport à la situation et à son interlocuteur.
- Capacité 1.3 : Avoir le sens de l'écoute et être ouvert au dialogue.
- Capacité 3.4 : Analyser une situation en tenant compte de son contexte (social, politique, culturel,...).
- Capacité 4.1 : Développer sa culture générale et entretenir sa connaissance de l'actualité.
- Capacité 4.3 : Utiliser des méthodes d'analyse spécifiques aux domaines de l'information, de la communication, de l'univers des médias et de la culture.
- Capacité 6.2 : Mettre sa créativité au service de ses actions.

6. Contenus :

2C71G - Histoire des arts contemporains et du design :

Le cours envisage les principales mises en cause de la tradition académique introduites dans les arts visuels des 20^{ème} et 21^{ème} siècles, notamment les conséquences de l'invention de la photographie et du numérique.

Analyse du contexte, des enjeux et des caractères stylistiques des mouvements : Fauvisme, Expressionnisme, Cubisme, Abstraction/non figuration, Dada, Surréalisme, Expressionnisme abstrait, Pop Art, Nouveau réalisme, Art cinétique, Land art, Hyperréalisme, Minimalisme, Art conceptuel, Performance, Graffiti, Arts numériques...

Analyse du contexte, des enjeux et des caractères stylistiques des principaux mouvements de design : Les pionniers du design, Naissance du design industriel au début du 20^{ème} siècle, L'art déco, Le modernisme, La modernité du milieu du 20^{ème} siècle, La révolution culturelle des années 1960 – 1970, Postmoderne et contemporain, De l'ultra consumérisme à sa contestation...

Durant les cours, des exercices oraux d'analyse des œuvres et discussions de questions liées à l'actualité artistique. L'étudiant se familiarise avec une pratique culturelle ouverte, curieuse et intéressée par l'actualité ; il est capable de situer l'œuvre dans son contexte social et culturel.

Toutes ces modalités pourraient être adaptées et/ou transposées en distanciel en fonction de l'évolution de la situation sanitaire.

2C72G - Ecriture créative :

L'activité a pour objectif d'éveiller la liberté scripturale de l'étudiant, afin d'augmenter ses capacités dans tous les domaines de l'écrit.

2C73G - Exploration de la création musicale et des univers sonores :

L'activité d'apprentissage est conçue autour de 4 grands chapitres :

- Les instruments et les facteurs d'instrument, avec une attention particulière pour les synthétiseurs et les guitares électriques (Fender/Gibson, humbucker/single coil, hollowbody ...)
- Les créateurs et les mouvements musicaux (ambient, new wave, punk et post-punk, ...)
- L'influence des contextes politiques et sociaux (Bach, Mozart, ...) (Blues, Gnawa, Rebetiko,)
- Les développements de la création et des univers sonores (en relation avec la danse, avec la notation musicale, avec le digital,)

Méthode : exposés avec illustrations sonores et visuelles

7. Acquis d'apprentissage :

2C71G - Histoire des arts contemporains et du design :

Au terme de l'activité d'apprentissage, l'étudiant(e) sera capable:

- de définir et d'identifier les repères stylistiques et historiques des principaux mouvements de l'art moderne et contemporain, y compris dans le design ;
- de distinguer, de sélectionner et d'ordonner des critères d'observation afin d'analyser des œuvres caractéristique du langage artistique contemporain,
- d'aborder les innovations artistiques et le design avec curiosité et ouverture d'esprit, grâce à la compréhension des spécificités des principaux courants artistiques modernes et contemporains ;
- de repérer et sélectionner certains enjeux de l'art et du design d'aujourd'hui en fonction de l'actualité artistique et des musées visités.

2C72G - Ecriture créative :

Au terme de cette AA, l'étudiant(e) sera capable de créer un récit imaginaire dans un cadre donné.

2C73G - Exploration de la création musicale et des univers sonores :

Au terme de l'AA, l'étudiant(e) sera capable de comprendre le processus de création musicale, ses effets sur nos émotions, l'influence des technologies et jusqu'aux logiques économiques, politiques et sociales qui interagissent avec la création musicale.

8. Supports :

2C71G - Histoire des arts contemporains et du design :

Notes prises au cours. Syllabus de texte. Syllabus de reproduction des oeuvres analysées durant les cours. Documents de consignes pour les exercices des "Plans bonus".

2C72G - Ecriture créative :

Notes des étudiants - grammaires - dictionnaires

2C73G - Exploration de la création musicale et des univers sonores :

Syllabus

9. Modalités d'évaluation :

Code AA	Session 1	Session 2	Plan B
2C71G	Examen écrit. Les activités facultatives réalisées par les étudiants sont valorisées.	Examen écrit. Les activités facultatives réalisées par les étudiants sont valorisées.	Examen écrit sur Teams. Les activités facultatives réalisées par les étudiants sont valorisées.
2C72G	Examen écrit	Examen écrit	Examen écrit
2C73G	Examen écrit - QCM	Examen écrit - QCM	Pas d'évaluation spécifique en plan B pour cette activité.

10. Critères de réussite de l'UE :

La cotation globale de l'UE se fait en calculant la moyenne arithmétique pondérée des notes obtenues aux AA.

11. Titulaire(s) :

Code AA	Titulaire(s)
2C71G	Marie-Emilie Ricker (me.ricker@isfsc.be)
2C72G	Stéphane Godefroid (s.godefroid@isfsc.be)
2C72G	Ariane Le Fort (a.le.fort@isfsc.be)
2C73G	Alain Dubois (a.dubois@isfsc.be)

Addendum Covid-19

1. Adaptations :

2C71G - Histoire des arts contemporains et du design :

Dans le cadre de la crise sanitaire, les étudiants ont la possibilité de réaliser quatre activités facultatives appelées « Plans Bonus ». Il s'agit, notamment, de réaliser un travail dans l'exposition « Tomber en amour » à la Maison des Arts de Schaerbeek et au Design Museum Brussels; de réaliser un selfie inspiré par un tableau célèbre...

2C72G - Ecriture créative :

Rédaction d'une nouvelle à distance, à partir d'une situation donnée et de contraintes fournies en cours d'écriture. Sont vus en présentiel les différents aspects de l'écriture: dialogues - personnages - imaginaire - narration - vocabulaire...

2C73G - Exploration de la création musicale et des univers sonores :

Sans objet

2. Evaluations (Code Orange ou Rouge) :

Code AA	Session 1	Session 2
2C71G	Examen écrit sur Teams. Les activités facultatives réalisées par les étudiants sont valorisées.	Examen écrit sur Teams. Les activités facultatives réalisées par les étudiants sont valorisées.
2C72G	Examen écrit	Examen écrit
2C73G	Examen écrit - QCM	Examen écrit - QCM

2CU8G - Institutions et politiques publiques

Bachelier en Communication / Bloc 2

1. Informations générales :

Cycle		Niveau
Bachelier en Communication		Bloc 2
Discipline(s)		
Droit et Sciences politiques		
Crédits	Volume Horaire	Pondération
3	36	60 %
Période	Langue(s)	Niveau CFC
Q1	Français	6
A choix/Obligatoire		
Obligatoire		
Responsable UE		
Pascal Laviolette (p.laviolette@isfsc.be)		
Implantation		
ISFSC - Rue de la Poste 11 - 1030 Bruxelles		

2. Pré/Co-requis :

Prérequis	Co-requis
Néant	Néant

3. Cette unité d'enseignement comprend :

Code AA	Intitulé	VHA	Pondération	Crédits
2C81G	Institution et politiques publiques	36	60 %	3

4. Compétences :

- Compétence 4 : Mobiliser des savoirs généraux et spécifiques aux domaines de l'information, de la communication, à l'univers des médias et de la culture.

- Compétence 5 : Informer, sensibiliser et divertir dans les domaines de l'information, de la communication, des médias et de la culture.

5. Capacités :

- Capacité 4.1 : Développer sa culture générale et entretenir sa connaissance de l'actualité.
- Capacité 4.2 : Comprendre le fonctionnement (sociologique, économique, historique, culturel et politique) des domaines de l'information, de la communication, des médias et de la culture.
- Capacité 5.1 : Recourir à diverses sources d'information, les recouper et synthétiser les contenus.

6. Contenus :

2C81G - Institution et politiques publiques :

Panorama institutionnel (les niveaux de pouvoir, les différentes entités, les compétences, etc.) et politique (les partis, les enjeux) belge. Illustrations à partir de dossiers/enjeux politiques tels que la crise migratoire, la culture, etc.

7. Acquis d'apprentissage :

2C81G - Institution et politiques publiques :

Au terme de l'activité d'enseignement, l'étudiant(e) sera capable de :

- comprendre et d'expliquer le fonctionnement institutionnel de la Belgique, les différents niveaux de pouvoirs et les compétences associées;
- d'expliquer les enjeux institutionnels et politiques liés à des dossiers faisant ou non l'actualité (crise migratoire, politique culturelle) en maîtrisant les acteurs clés et les concepts importants.

8. Supports :

2C81G - Institution et politiques publiques :

Notes de cours de l'étudiant + documents écrits et audiovisuels disponibles sur Claroline

9. Modalités d'évaluation :

Code AA	Session 1	Session 2	Plan B
2C81G	Examen écrit	Examen écrit	Examen écrit

10. Critères de réussite de l'UE :

La cotation globale de l'UE se fait en calculant la moyenne arithmétique pondérée des notes obtenues aux AA.

11. Titulaire(s) :

Code AA	Titulaire(s)
2C81G	Pascal Laviolette (p.laviolette@isfsc.be)

Addendum Covid-19

1. Adaptations :

2C81G - Institution et politiques publiques :

Slides à distance si nécessaire

2. Evaluations (Code Orange ou Rouge) :

Code AA	Session 1	Session 2
2C81G	Examen écrit	Examen écrit