

1. Informations générales :

Cycle		Niveau
Bachelier en Communication		Bloc 1
Discipline(s)		
Langues étrangères		
Crédits	Volume Horaire	Pondération
2	24	40 %
Période	Langue(s)	Niveau CFC
Q1	Anglais, Néerlandais	6
A choix/Obligatoire		
Obligatoire - A choix entre l'AA 3C01G et 3C02G		
Responsable UE		
Marie Palm (marie.palm@isfsc.be)		
Implantation		
ISFSC - Rue de la Poste 111 - 1030 Bruxelles		

2. Pré/Co-requis :

Prérequis	Co-requis
Néant	Néant

3. Cette unité d'enseignement comprend :

Code AA	Intitulé	VHA	Pondération	Crédits
3C01G	Anglais professionnel (B1/B2)	24	40 %	2

3C02G	Néerlandais professionnel (B1/B2)	24	40 %	2
-------	-----------------------------------	----	------	---

4. Compétences :

- Compétence 1 : Etablir une communication professionnelle.
- Compétence 2 : Interagir avec son milieu professionnel.

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 1.4 : Faire preuve de maîtrise de soi et respecter son interlocuteur.
- Capacité 1.5 : Comprendre et utiliser au moins une langue étrangère.
- 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.

6. Contenus :

3C01G - Anglais professionnel (B1/B2) :

Anglais des médias: presse écrite et publicité. Atelier participatif. Pour chaque cours l'étudiant doit avoir réalisé les préparations qu'il mettra en pratique lors d'exercices oraux en groupe, rapports écrits, lectures ou compréhensions à l'audition. Des tests réguliers sont organisés et chaque projet oral et écrit est pris en compte dans l'évaluation. La partie "audition" se prépare en majeure partie en autonomie.

3C02G - Néerlandais professionnel (B1/B2) :

Acquérir le bagage linguistique nécessaire (niveau B2) à travers les quatre compétences (expression orale, expression écrite, compréhension à la lecture et compréhension à l'audition) pour s'intégrer à un milieu professionnel où le néerlandais est nécessaire, en s'exprimant de manière professionnelle avec nuances.

7. Acquis d'apprentissage :

3C01G - Anglais professionnel (B1/B2) :

Au terme de l'UE, l'étudiant.e sera capable de maîtriser le niveau B2 de l'anglais professionnel des médias (grammaire et vocabulaire). Il pourra le comprendre (audition, lecture) et l'utiliser (expression orale et écrite) dans des projets spécialisés et dans des situations liées à la pratique professionnelle. Les cours organisés sous forme d'ateliers fourniront les bases nécessaires aux étudiants pour réaliser des projets en groupe ainsi qu'un projet personnel articulé autour du TFE.

3C02G - Néerlandais professionnel (B1/B2) :

Au terme de l'activité d'enseignement, l'étudiant(e) sera capable de maîtriser le niveau B2 du néerlandais professionnel des médias (grammaire et vocabulaire). Il pourra le comprendre (audition, lecture) et l'utiliser (expression orale et écrite) dans des situations liées à la pratique professionnelle.

8. Supports :

3C01G - Anglais professionnel (B1/B2) :

Syllabus , Support en ligne sur TEAMS (auditions, correctifs etc.).

3C02G - Néerlandais professionnel (B1/B2) :

Notes du professeur, notes de cours, supports vidéo.

9. Modalités d'évaluation :

Code AA	Session 1	Session 2	Plan B
3C01G	Evaluation continue, examen oral, examen écrit (audition) et travaux écrits	Evaluation continue, examen oral, examen écrit (audition) et travaux écrits	Altissia, travail écrit et examen oral
3C02G	Examen d'audition; Examen oral	Examen d'audition; Examen oral	Examen d'audition; Examen oral

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)
3C02G	Necla Celik (n.celik@isfsc.be)
3C01G	Marie Palm (marie.palm@isfsc.be)

Addendum Covid-19

1. Adaptations :

3C01G - Anglais professionnel (B1/B2) :

Les cours donnés sont identiques pour les A et les B. Travail en autonomie la semaine où les étudiants ne viennent pas suivre les cours en présentiel.

3C02G - Néerlandais professionnel (B1/B2) :

En cas de mesures restrictives liées à la crise sanitaire du COVID-19, l'évaluation finale pourra se faire sous la forme d'un travail à domicile.

2. Evaluations (Code Orange ou Rouge) :

Code AA	Session 1	Session 2
3C01G	Evaluation continue, examen oral et travaux écrits	Evaluation continue, examen oral et travaux écrits
3C02G	Examen d'audition; Examen oral	Examen d'audition; Examen oral

1. Informations générales :

Cycle		Niveau
Bachelier en Communication		Bloc 1
Discipline(s)		
Psychologie et Sociologie		
Crédits	Volume Horaire	Pondération
5	60	100 %
Période	Langue(s)	Niveau CFC
Q1	Français	6
A choix/Obligatoire		
Obligatoire - A choix entre l'AA 3C11G et 3C12G		
Responsable UE		
Emmanuel Murhula A. Nashi (e.murhula@isfsc.be)		
Implantation		
ISFSC - Rue de la Poste 111 - 1030 Bruxelles		

2. Pré/Co-requis :

Prérequis	Co-requis
Néant	Néant

3. Cette unité d'enseignement comprend :

Code AA	Intitulé	VHA	Pondération	Crédits
3C11G	Anthropologie critique	24	40 %	2
3C12G	Anthropologie culturelle	36	40 %	3
3C13G	Sociologie de la communication et des médias sociaux	36	60 %	3

4. Compétences :

- Compétence 1 : Etablir une communication professionnelle.
- 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 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 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 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.

6. Contenus :

3C11G - Anthropologie critique :

Activité au choix avec l'AA 3C12G

L'anthropologie est habituellement associée à la culture. Aujourd'hui on parle volontiers d'anthropologie culturelle, voire sociale et culturelle. Dans un monde globalisé mais traversé par les querelles entre les conceptions de l'universel, l'anthropologie critique s'entend comme le projet de mettre ses méthodes au service d'une étude de la modernité occidentale dans ses relations conflictuelles avec les autres sociétés, les autres cultures, les autres conceptions du monde.

L'anthropologue recherche les lois implicites qui régissent les relations d'échanges entre l'homme et son environnement : comment choisit-on son conjoint ? À quel âge ? Combien de générations vivent dans un même foyer ? (Hervé Le Bras, Emmanuel Todd, interview au magazine Le Point, 9 février 2012).

Ces relations se jouent et se nouent sur des territoires, dans des temporalités parfois longues, et ne sont pas nécessairement affectées par l'économie de marché, le capitalisme, la modernité. Il subsiste par exemple une influence de modes de pensée issus de la tradition chrétienne alors même que la pratique religieuse catholique s'est effondrée.

L'anthropologue mobilise des méthodes et des techniques d'investigation qui lui appartiennent en propre mais qui ont nourri d'autres disciplines : le récit et l'observation participante, par exemple. Le cours entend redonner sa place à la photographie, en revisitant les travaux de Gregory Bateson et de Walker Evans notamment. La question de la singularité des Etats-Unis, qui reste un symbole apprécié ou non de la modernité, sera abordée dans un chapitre à part. Comment comprendre l'inexistence du socialisme aux Etats-Unis alors même que les inégalités sociales sont importantes et s'accroissent ? Comment comprendre l'importance et la permanence du religieux alors que le modernisme américain semblait pouvoir en avoir raison ? Comment l'Amérique est-elle en train de se défaire ? Et quel parallélisme est-il possible d'observer entre cette «Amérique défaite» (George Packer) et «la fin de l'homme rouge» (Svetlana Alexievitch à propos de la chute de l'empire soviétique) existe malgré tout une «culture» propre au nouveau capitalisme. Le caractère différé des gratifications attendues de l'exercice d'une profession (Beruf, pour reprendre l'expression de Max Weber) n'est plus de mise dans l'économie et les entreprises. La bureaucratie est paradoxalement au cœur des économies capitalistes, y compris dans les sociétés dites libérales. La dette pèse lourdement sur nos imaginaires et nos projections dans l'avenir. Notre expérience de la modernité capitaliste s'appuie sur l'accélération du temps, la disponibilité de toutes et tous 24h sur 24, sept jours sur sept. Nous faisons face à une crise de l'attention (Matthew B. Crawford) dont nous sommes à la fois «victimes» et acteurs. Enfin, nous continuons à confondre les raisons pratiques et les raisons culturelles de nos comportements, comme si tout devait trouver raison dans «la raison». Dès lors, l'analyse structurale –qui fût au cœur de la démarche anthropologique de Claude Lévi-Strauss- est-elle toujours utile? Que retenir aujourd'hui de ces grands courants de la discipline issus de l'étude de peuples dits traditionnels ? Est-il possible de penser notre modernité occidentale avec les outils élaborés dans un autre temps et d'autres lieux ? Répondre à ces questions suppose un dernier détour par une anthropologie plus philosophique qui, comme le propose Etienne Balibar, prend acte d'une certaine disparition de «l'humain» tout en le construisant comme un sujet de préoccupation majeure.

3C12G - Anthropologie culturelle :

Activité au choix avec l'AA 3C11G

Découvrir une discipline scientifique singulière en sciences humaines (par l'approche de certains auteurs et de certains concepts et courants).
Comprendre la démarche propre à la discipline, à savoir l'enquête qualitative reposant sur l'observation participante.

Pouvoir décentrer son regard dans une logique de compréhension et d'analyse des situations sociales

Table des matières :

Choc culturel (Kalervo OBERG)

Anthropologie, sociale et culturelle (Maurice GODELIER, Melville J. HERSKOVITS, James TYLOR,)

Objet d'étude

L'observation participante (Franz BOAS , Bronislaw MALINOWSKI, Mondher KILANI)

Socio-anthropologie (l'Ecole de Chicago, Jean-Pierre OLIVIER DE SARDAN)

L'entretien

L'informatique

L'évolutionnisme (Charles DARWIN, Lewis MORGAN)

Anthropologie et modernité (Jean-Marc PIOTTE, Alain MARIE,)

Le religieux (Émile DURKHEIM)

L'échange (Marcel MAUSS)

Le structuralisme (Claude LEVI-STRAUSS)

Les rites de passage (Arnold VAN GENNEP)

L'animisme (Edward TYLOR)

Relativisme culturel et ethnocentrisme (Melville J. HERSKOVITS)

Le changement : phénomène universel

Le syncrétisme (Roger BASTIDE)

Pentecôtistes en pays Mossi (Pierre-Joseph LAURENT)

3C13G - Sociologie de la communication et des médias sociaux :

Le cours est consacré à l'étude du rôle des structures sociales sur le comportement des professionnels des médias traditionnels et numériques.

En termes clairs, on étudie les déterminants sociaux de leurs agissements individuels.

Il s'agit d'examiner, d'analyser et de comprendre :

- Le rôle des représentations sociales dans la production et la réception des informations ;
- Les mécanismes d'influence réciproque entre les médias et le public ;
- Le poids des structures éditoriales et hiérarchiques sur le travail des journalistes ;
- L'impact des Technologies de l'Information et de la Communication (TIC) et des médias sociaux sur les rapports interindividuels.

Les objectifs consistent, d'une part, à fournir aux étudiants des outils théoriques indispensables à l'observation pointue des processus d'élaboration des programmes des médias, à la consommation intelligente de ceux-ci, et à l'explication des enjeux techno-sociétaux qui les sous-tendent, ainsi que leur incidence sur la qualité des informations.

D'autre part, on développe une posture critique complexe (dans le sens morinien) à l'égard aussi bien des théories que des pratiques médiatiques, avec comme point de référence l'idéal démocratique.

Contenu :

Préalables épistémologiques - La mise en scène de l'actualité - L'objectivité journalistique - Le cordon sanitaire médiatique - Les propagandes invisibles - Le pouvoir du public - Internet et le(s) pouvoir(s) - Enjeux des réseaux sociaux - Les médias de la globalisation - Rêver d'un cinquième pouvoir.

7. Acquis d'apprentissage :

3C11G - Anthropologie critique :

Au terme de l'activité d'enseignement, l'étudiant(e) sera capable de d'intégrer une approche anthropologique dans l'analyse des contextes sociétaux, des personnes, des groupes, des collectivités.

3C12G - Anthropologie culturelle :

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

- de situer historiquement les principaux courants de l'anthropologie culturelle;
- d'expliquer les principaux courants de l'anthropologie culturelle en illustrant l'explication par un recours aux auteurs et concepts clés;
- d'élaborer un projet d'enquête qualitative de terrain reposant notamment sur l'observation participante.

3C13G - Sociologie de la communication et des médias sociaux :

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

- reformuler la théorie (imposeurs du sens, devoir de commentaire, agenda setting, information gap, déterminisme technologique, spirale du silence, etc.) en des termes propres et à partir d'exemples personnels;
- argumenter de manière complexe son point de vue sur l'actualité fournie par les médias traditionnels et les réseaux sociaux;
- expliquer le décalage entre la proclamation des principes démocratiques dans/par les médias et leur application concrète sur le terrain.

8. Supports :

3C11G - Anthropologie critique :

Références bibliographiques et documents distribués en séance (ou disponibles sur Claroline et/ou sur Teams)

3C12G - Anthropologie culturelle :

Les notes de cours et documents lus ou à lire sont sur Claroline

3C13G - Sociologie de la communication et des médias sociaux :

Syllabus, slides des exposés , vidéos, lectures complémentaires

9. Modalités d'évaluation :

Code AA	Session 1	Session 2	Plan B
3C11G	QCM	QCM	Pas d'évaluation spécifique en plan B pour cette activité
3C12G	Examen écrit	Examen écrit	Pas d'évaluation spécifique en plan B pour cette activité
3C13G	Examen écrit	Examen écrit	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)
3C11G	Alain Dubois (a.dubois@isfsc.be)

3C12G	Pascal Laviolette (p.laviolette@isfsc.be)	
3C13G	Emmanuel Murhula A. Nashi (e.murhula@isfsc.be)	

Addendum Covid-19

1. Adaptations :

3C11G - Anthropologie critique :

Sans objet

3C12G - Anthropologie culturelle :

Slides à distance si nécessaire

3C13G - Sociologie de la communication et des médias sociaux :

Sans objet

2. Evaluations (Code Orange ou Rouge) :

Code AA	Session 1	Session 2
3C11G	QCM	QCM
3C12G	Examen écrit	Examen écrit
3C13G	Examen écrit	Examen écrit

1. Informations générales :

Cycle		Niveau
Bachelier en Communication		Bloc 1
Discipline(s)		
Méthodologie et techniques de la Communication		
Crédits	Volume Horaire	Pondération
5	60	100 %
Période	Langue(s)	Niveau CFC
Q1	Français	6
A choix/Obligatoire		
A choix entre les AA 3C21G et 3C22G		
Responsable UE		
Pierre Guilbert (p.guilbert@isfsc.be)		
Implantation		
ISFSC - Rue de la Poste 111 - 1030 Bruxelles		

2. Pré/Co-requis :

Prérequis	Co-requis
Néant	Néant

3. Cette unité d'enseignement comprend :

Code AA	Intitulé	VHA	Pondération	Crédits
3C21G	Information & journalisme	60	100 %	5
3C22G	Communication externe des organisations	60	100 %	5

4. Compétences :

- COMPETENCE 1: ETABLIR UNE COMMUNICATION PROFESSIONNELLE
- COMPETENCE 2: INTERAGIR AVEC SON MILIEU PROFESSIONNEL
- COMPETENCE 3: INSCRIRE SA PRATIQUE DANS UNE RÉFLEXION CRITIQUE, CITOYENNE ET RESPONSABLE
- COMPETENCE 4: MOBILISER DES SAVOIRS GÉNÉRAUX ET SPÉCIFIQUES AUX DOMAINES DE L'INFORMATION, DE LA COMMUNICATION, À L'UNIVERS DES MÉDIAS ET DE LA CULTURE
- COMPETENCE 5: INFORMER, SENSIBILISER ET DIVERTIR DANS LES DOMAINES DE L'INFORMATION, DE LA COMMUNICATION, DES MÉDIAS ET DE LA CULTURE
- COMPETENCE 6: GÉRER UN PROJET DE COMMUNICATION ET D'INFORMATION DANS SA GLOBALITÉ

5. Capacités :

- Maîtriser la langue française écrite et orale requise par les professions visées (COMPETENCE 1)
- Adopter un comportement adéquat par rapport à la situation et à son interlocuteur (COMPETENCE 1)
- Comprendre les concepts, le vocabulaire et les codes professionnels (COMPETENCE 2). Connaître et utiliser les techniques inhérentes aux professions visées (COMPETENCE 2). Travailler en équipe (COMPETENCE 2)
- Analyser une situation en tenant compte de son contexte (social, politique, culturel,...) (COMPETENCE 3)
- Mesurer les enjeux de ses pratiques professionnelles (COMPETENCE 3)
- Identifier et s'appropriier les valeurs et les règles déontologiques propres à chaque métier de l'information et de la communication (COMPETENCE 3)
- Comprendre le fonctionnement (sociologique, économique, historique, culturel et politique) des domaines de l'information, de la communication, des médias et de la culture (COMPETENCE 4)
- Utiliser des méthodes d'analyse spécifiques aux domaines de l'information, de la communication, de l'univers des médias et de la culture (COMPETENCE 4)
- Identifier les publics-cibles et leurs besoins spécifiques (COMPETENCE 5)
- Sélectionner et vulgariser l'information utile et adaptée au public visé (COMPETENCE 5)
- Maîtriser les outils de communication oraux, écrits, audiovisuels et interactifs et les codes liés à la communication non-verbale (COMPETENCE 5)
- Recourir à diverses sources d'information, les recouper et synthétiser les contenus (COMPETENCE 5)
- Utiliser le langage spécifique du média concerné pour assurer le traitement et la diffusion de l'information (COMPETENCE 5)
- Utiliser les différentes techniques d'écriture liées à l'information et à la communication (COMPETENCE 5)
- Concevoir et exploiter des stratégies de communication (COMPETENCE 6)
- Mettre en œuvre des techniques, des procédures et des supports de communication adaptés à un public donné (COMPETENCE 6)
- Mettre sa créativité au service de ses actions (COMPETENCE 6)
- Rédiger un cahier des charges et prendre en compte le coût et le financement d'un projet de communication (COMPETENCE 6)
- Construire des plans de communication adaptés tant au niveau interne qu'externe (COMPETENCE 6)

6. Contenus :

3C21G - Information & journalisme :

Le cours vise à perfectionner les étudiants dans les matières liées à la profession de journaliste (plus particulièrement web et radio) notamment par la pratique et l'exercice du terrain mais aussi par la rencontre de professionnels du secteur.

Le cours est divisé en trois parties :

- Une tranche de 20H sera consacrée à la démarche journalistique dans son ensemble avec un point d'attention notamment pour les questions de déontologie, les aspects concrets du statut/métier de journaliste (AJP) et les questions de droits à l'image.
- Une tranche de 20H est consacrée à de la production sonore (objets sonores divers : du podcast au débat radiophonique) : la forme variant en fonction des sujets/projets et la configuration des équipes.

- Une tranche de 20H est consacrée à l'écriture web dans sa forme complexe : reportage long format dont les formes varieront en fonction des sujets et des contenus s'y intégrant.

3C22G - Communication externe des organisations :

Découverte des logiques des pratiques professionnelles de communication interne & externe des organisations (aux sens large et spécifique) ;

- Pouvoir déterminer, après analyses, les pratiques pertinentes à mettre en place dans un secteur de communication et une organisation donnés, ainsi que les outils à utiliser ;
- Pouvoir identifier les stratégies à déployer dans les métiers approchant les missions des chargés de com' (au sens large) et pourquoi elles ont été mises en œuvre.
- Acquérir une capacité d'analyse réflexive sur une problématique de communication interne ou externe

Cette AA est divisée en 3 parties :

- Communication Externe : (50%)

Comprendre et analyser les pratiques communicationnelles propres à un secteur et une organisation donnés, au travers d'exercices en APP (Apprentissage par problème) et mises en situation ;

Faire preuve de déduction dans la mise en œuvre stratégique d'une solution de communication externe au sein d'une organisation sur les bases théoriques, de recherche et d'analyse de cas pratiques ;

Etre capable de faire les liens transversaux entre les différents cours théoriques et pratiques reçus, notamment le stage et le TFE, pour proposer une solution de communication à une problématique.

- Communication interne : (20%)

Faire preuve de déduction dans la mise en œuvre stratégique d'une solution de communication interne au sein d'une entreprise afin notamment d'en renforcer la communication externe.

- Communication digitale (30%)

Chapitre 1 : La communication digitale – intro

- L'environnement digital - statistiques intéressantes
- Communication digitale ou marketing digital ?

Chapitre 2 : Une stratégie de communication digitale efficace

- Pourquoi faire une campagne de communication?
 - Définir la raison
 - Audit de la situation actuelle
- Comment mesurer le succès d'une campagne
 - Définition des objectifs et KPIs
 - Outils de mesure (Google analytics, etc.)

7. Acquis d'apprentissage :

3C21G - Information & journalisme :

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

- concevoir la structure d'un long format web ; procéder aux recherches et à la récolte d'information liées à cette production dans le respect des règles déontologiques ;

- produire un long format web intégrant les techniques de reportage, billet d'ambiance, portrait en respectant les droits d'auteur et droits à l'image ;

- concevoir des objets sonores (formes diverses) journalistiques destinés à une diffusion sur le web (scénarisation/production/diffusion) ;

- contextualiser sa production journalistique par une analyse réflexive de sa démarche journalistique dans son ensemble avec un point d'attention notamment pour les questions de déontologie.

3C22G - Communication externe des organisations :

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

- identifier les problématiques sociétales de communication et proposer les solutions stratégiques professionnelles pertinentes ;

- inscrire sa stratégie dans une réflexion critique, analytique, citoyenne, responsable;

- informer et communiquer dans des domaines professionnels spécifiques de l'information, de la communication externe et interne, des médias et de la culture ;
- gérer une stratégie externe de communication et/ou d'information.

8. Supports :

3C21G - Information & journalisme :

Supports de cours sur Teams et notes de cours

3C22G - Communication externe des organisations :

Cours théoriques sur PowerPoint et exercices en atelier (étude de cas et APP)
Cours et exercices en atelier (étude de cas et APP)

9. Modalités d'évaluation :

Code AA	Session 1	Session 2	Plan B
3C21G	Partie longform web : travail individuel Partie réalisations sonores : travail en binôme Partie démarche journalistique : défense orale	Partie longform web : travail individuel Partie réalisations sonores : travail en binôme Partie démarche journalistique : défense orale	Partie longform web : travail individuel Partie réalisations sonores : travail en binôme Partie démarche journalistique : défense orale
3C22G	Examens écrits, sur base de la théorie et des exercices pratiques (un examen pour chaque partie de l'activité)	Examens écrits, sur base de la théorie et des exercices pratiques (un examen pour chaque partie de l'activité)	Examens écrits, sur base de la théorie et des exercices pratiques (un examen pour chaque partie de l'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)
3C21G	Pascal Laviolette (p.laviolette@isfsc.be)
3C21G	Anne Hérion (a.herion@isfsc.be)
3C21G	Yves Merens (y.merens@isfsc.be)
3C22G	Axel Druart (a.druart@isfsc.be)
3C22G	Pierre Guibert (p.guilbert@isfsc.be)
3C22G	Christine Navez (c.navez@isfsc.be)

Addendum Covid-19

1. Adaptations :

3C21G - Information & journalisme :

Semaine présentielle : exposition de la matière et feedback des exercices

Semaine distancielle : exercices et mise en pratique.

3C22G - Communication externe des organisations :

En dispositif A/B : cours en présentiel et exercices en atelier à domicile + coaching

2. Evaluations (Code Orange ou Rouge) :

Code AA	Session 1	Session 2
3C21G	Partie longform web : travail individuel Partie réalisations sonores : travail en binôme Partie démarche journalistique : défense orale	Partie longform web : travail individuel Partie réalisations sonores : travail en binôme Partie démarche journalistique : défense orale
3C22G	Examens écrits, sur base de la théorie et des exercices pratiques (un examen pour chaque partie de l'activité)	Examens écrits, sur base de la théorie et des exercices pratiques (un examen pour chaque partie de l'activité)

1. Informations générales :

Cycle		Niveau
Bachelier en Communication		Bloc 3
Discipline(s)		
Economie et Statistiques		
Crédits	Volume Horaire	Pondération
5	60	100 %
Période	Langue(s)	Niveau CFC
Q1	Français	6
A choix/Obligatoire		
Obligatoire		
Responsable UE		
Jérôme Ramacker (j.ramacker@isfsc.be)		
Implantation		
ISFSC - Rue de la Poste 111 - 1030 Bruxelles		

2. Pré/Co-requis :

Prérequis	Co-requis
Néant	Néant

3. Cette unité d'enseignement comprend :

Code AA	Intitulé	VHA	Pondération	Crédits
3C31G	Business plan, budgétisation et financement de projets et de start-up	36	60 %	3
3C32G	Economie de la culture et des médias	24	40 %	2

4. Compétences :

- 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.

5. Capacités :

- Capacité 2.1 : Comprendre les concepts, le vocabulaire et les codes professionnels.
- Capacité 3.4 : Analyser une situation en tenant compte de son contexte (social, politique, culturel,...).
- 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 :

3C31G - Business plan, budgétisation et financement de projets et de start-up :

L'activité se concentrera sur la méthode LEAN de construction d'un business plan.

Table des matières :

- Introduction : l'entrepreneuriat et la création de valeur
- L'étude de marché, l'exploration du besoin et la validation d'un marché niche
- L'estimation de la demande
- L'étude de la concurrence
- La création d'un modèle économique
- La construction du budget
- La détermination du besoin de financement
- La cartographie des types de financement accessibles, dont le financement participatif (crowdfunding), le micro-crédit et le sponsoring
- La stratégie de prospection de clients, prescripteurs, influenceurs.

3C32G - Economie de la culture et des médias :

L'activité donnera un ensemble d'éléments des secteurs des médias et de la culture qui permettront d'alimenter construire le dossier.

Elle donnera aussi de quoi permettre à l'étudiant de mener l'analyse socio-économique du cas d'actualité de l'examen écrit et de prendre une position réfléchie dans la problématique présentée dans le cas.

Table des matières de l'activité :

1. introduction : caractéristiques communes de l'économie des secteurs culturels et médiatiques
2. le patrimoine
3. le spectacle vivant
4. les industries culturelles et médiatiques // le secteur du livre // le secteur de la musique // le secteur cinématographique et du dessin animé // la radio et la télévision // la presse écrite quotidienne // la presse écrite périodique Le parcours de chaque secteur accordera une attention particulière à la transformation digitale
5. Les plateformes d'information

7. Acquis d'apprentissage :

3C31G - Business plan, budgétisation et financement de projets et de start-up :

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

- comprendre les principaux concepts, vocabulaire et outils d'une démarche entrepreneuriale;

- connaître et utiliser une méthode de montage de projet qui minimise la prise de risque;
- identifier les besoins et le concept de création de valeur;
- développer et valider une solution par itération;
- acquérir un raisonnement analytique et critique;
- analyser une situation en profondeur et prendre des décisions appropriées;
- articuler les savoirs de manière transdisciplinaire;
- interagir avec son milieu professionnel;
- mobiliser des savoirs généraux et spécifiques aux domaines de la gestion, l'information, la communication, la prospection.

3C32G - Economie de la culture et des médias :

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

- comprendre les concepts, le vocabulaire et les codes des professionnels du management;
- connaître et utiliser les techniques du management;
- identifier les valeurs sous-jacentes du management et développer un point de vue éthique;
- devenir un professionnel réflexif, autonome et responsable;
- analyser une situation en tenant compte de son contexte (social, politique, culturel, ...);
- acquérir un raisonnement analytique et critique;
- analyser une situation en profondeur et prendre des décisions appropriées;
- articuler les savoirs de manière transdisciplinaire;
- interagir avec son milieu professionnel;
- mobiliser des savoirs généraux et spécifiques aux domaines de l'information, de la communication, à l'univers des médias et de la culture.

8. Supports :

3C31G - Business plan, budgétisation et financement de projets et de start-up :

Des notes de cours, ainsi que des consignes, sont disponibles sur TEAMS .

3C32G - Economie de la culture et des médias :

Des notes de cours, un wiki sur les actualités, et des slides utilisés en classe, sont disponibles sur Teams.

9. Modalités d'évaluation :

Code AA	Session 1	Session 2	Plan B
3C31G	QCM	QCM	QCM
3C32G	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)

3C31G	Raphaël Guilbert (r.guilbert@isfsc.be)
3C32G	Jérôme Ramacker (j.ramacker@isfsc.be)

Addendum Covid-19

1. Adaptations :

3C31G - Business plan, budgétisation et financement de projets et de start-up :

Sans objet

3C32G - Economie de la culture et des médias :

La semaine où ils ne viennent pas à l'ISFSC, les étudiants doivent lire le chapitre abordé au cours suivant et mis à disposition sur Teams (PDF).

2. Evaluations (Code Orange ou Rouge) :

Code AA	Session 1	Session 2
3C31G	QCM	QCM
3C32G	Examen écrit	Examen écrit

1. Informations générales :

Cycle		Niveau
Bachelier en Communication		Bloc 3
Discipline(s)		
Economie et Statistiques		
Crédits	Volume Horaire	Pondération
3	36	60 %
Période	Langue(s)	Niveau CFC
Q1	Français	6
A choix/Obligatoire		
Obligatoire		
Responsable UE		
Sophie Chevalier (s.chevalier@isfsc.be)		
Implantation		
ISFSC - Rue de la Poste 111 - 1030 Bruxelles		

2. Pré/Co-requis :

Prérequis	Co-requis
Néant	Néant

3. Cette unité d'enseignement comprend :

Code AA	Intitulé	VHA	Pondération	Crédits
3C41G	Tendances actuelles du marketing	36	60 %	3

4. Compétences :

- 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.

5. Capacités :

- Capacité 2.2 : Connaître et utiliser les techniques inhérentes aux professions visées.
- Capacité 3.3 : Participer à l'évolution de son environnement professionnel.
- 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 :

3C41G - Tendances actuelles du marketing :

Table des matières:

Introduction : Le marketing, c'est quoi?

1. Impact du digital sur le marketing
2. Inbound marketing et la théorie, des exemples, un exercice de groupe
3. Phase d'Awareness : théorie, exemples, exercices
4. Phase de considération : théorie (landing pages | A/B testing | testimonials et avis d'utilisateurs | blogging) + focus sur la marque employeur et exercices
5. Phase de conversion: théorie (MQL vs SQL | CRM | vente en ligne - Growth hacking) exemples, exercices
6. Fidélisation et rétention (nurturing, email marketing, programmes de loyauté)
7. CX et design thinking: au-delà du marketing, créer des expériences
8. l'influencer marketing
9. Le market research
10. Les nouvelles tendances de gestion de projet et collaboration

7. Acquis d'apprentissage :

3C41G - Tendances actuelles du marketing :

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

- comprendre les concepts, le vocabulaire et les codes des professionnels du marketing ;
- acquérir un raisonnement analytique et critique, analyser une situation en profondeur et prendre des décisions appropriées // Connaître et utiliser les techniques actuelles du marketing;
- identifier les valeurs sous-jacentes du marketing et développer un point de vue éthique;
- devenir un professionnel réflexif, autonome et responsable;
- analyser les situations en tenant compte de leur contexte (social, politique, culturel, ...).

8. Supports :

3C41G - Tendances actuelles du marketing :

Des notes de cours, ainsi que des consignes, sont disponibles sur Claroline.

9. Modalités d'évaluation :

Code AA	Session 1	Session 2	Plan B
3C41G	25% sur base d'exercices au cours	Examen écrit	Examen écrit

75% via 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)
3C41G	Sophie Chevalier (s.chevalier@isfsc.be)

Addendum Covid-19

1. Adaptations :

3C41G - Tendances actuelles du marketing :

Sans objet

2. Evaluations (Code Orange ou Rouge) :

Code AA	Session 1	Session 2
3C41G	25% sur base d'exercices au cours 75% via examen écrit	Examen écrit

1. Informations générales :

Cycle		Niveau
Bachelier en Communication		Bloc 3
Discipline(s)		
Activités d'intégration professionnelle		
Crédits	Volume Horaire	Pondération
20	438	400 %
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 111 - 1030 Bruxelles		

2. Pré/Co-requis :

Prérequis	Co-requis
2CU6G - Activités d'intégration professionnelle 1	Néant

3. Cette unité d'enseignement comprend :

Code AA	Intitulé	VHA	Pondération	Crédits
3C51G	Activités d'intégration professionnelle dont stage 2	420	360 %	18
3C52G	Identité professionnelle et portfolio web 3	18	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 2.2 : Connaître et utiliser les techniques inhérentes aux professions visées.
- Capacité 3.2 : Mesurer les enjeux de ses pratiques professionnelles.
- Capacité 3.3 : Participer à l'évolution de son environnement professionnel.
- 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 5.5 : 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.
- Capacité 6.5 : Construire des plans de communication adaptés tant au niveau interne qu'externe.

6. Contenus :

3C51G - Activités d'intégration professionnelle dont stage 2 :

L'UE a pour objectif d'amener l'étudiant à prendre en charge un projet de communication dans le cadre d'un stage de 12 semaines. Cette responsabilité spécifique, que l'étudiant assumera en autonomie mais sous la supervision du maître de stage, doit nécessairement lui permettre d'affiner ses qualités professionnelles et de développer ses compétences.

3C52G - Identité professionnelle et portfolio web 3 :

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 :

3C51G - Activités d'intégration professionnelle dont stage 2 :

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

- mesurer les enjeux de ses pratiques professionnelles ;
- concevoir et exploiter des stratégies de communication ;
- mettre sa créativité au service de ses actions ;

- mettre en oeuvre des techniques, des procédures et des supports de communication adaptés à un public donné ;
- identifier et s'appropriier les valeurs et les règles déontologiques propres à chaque métier de l'information et de la communication.

3C52G - Identité professionnelle et portfolio web 3 :

Au terme de l'activité d'enseignement, l'étudiant(e) 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 ;
- évaluer ses apprentissages et ses réalisations personnelles.

8. Supports :

3C51G - Activités d'intégration professionnelle dont stage 2 :

Supports de cours en ligne : <https://pratique.commu.isfsc.be/> et "Teams"

3C52G - Identité professionnelle et portfolio web 3 :

Support en ligne via "Teams"

9. Modalités d'évaluation :

Code AA	Session 1	Session 2	Plan B
3C51G	Cote stage pondérée par le MFP	Cote stage pondérée par le MFP	Cote stage pondérée par le MFP
3C52G	Bilan de stage individuel avec le MFP + présentation devant un jury de MFP selon une offre d'emploi fictive sélectionnée au préalable et appuyée par le portfolio web	Bilan de stage individuel avec le MFP + présentation devant un jury de MFP selon une offre d'emploi fictive sélectionnée au préalable et appuyée par le portfolio web	Bilan de stage individuel avec le MFP + présentation devant un jury de MFP selon une offre d'emploi fictive sélectionnée au préalable et appuyée par le portfolio web

10. Critères de réussite de l'UE :

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)

3C51G	Julie Binsztok (j.binsztok@isfsc.be)
3C51G	Gilles Ernoux (g.ernoux@isfsc.be)
3C51G	Véronique Hanquet (v.hanquet@isfsc.be)
3C51G	Yves Merens (y.merens@isfsc.be)
3C51G	Selena Scalzo (s.scalzo@isfsc.be)
3C51G	Thibaut Fontenoy (t.fontenoy@isfsc.be)
3C51G	Nathalie Van Cauberg (n.van.cauberg@isfsc.be)

Addendum Covid-19

1. Adaptations :

3C51G - Activités d'intégration professionnelle dont stage 2 :

Sans objet

3C52G - Identité professionnelle et portfolio web 3 :

Sans objet

2. Evaluations (Code Orange ou Rouge) :

Code AA	Session 1	Session 2
3C51G	Cote stage pondérée par le MFP	Cote stage pondérée par le MFP
3C52G	Bilan de stage individuel avec le MFP + présentation devant un jury de MFP selon une offre d'emploi fictive sélectionnée au préalable et appuyée par le portfolio web	Bilan de stage individuel avec le MFP + présentation devant un jury de MFP selon une offre d'emploi fictive sélectionnée au préalable et appuyée par le portfolio web

1. Informations générales :

Cycle		Niveau
Bachelier en Communication		Bloc 3
Discipline(s)		
Méthodologie et techniques de la Communication, Activités d'intégration professionnelle		
Crédits	Volume Horaire	Pondération
20	114	400 %
Période	Langue(s)	Niveau CFC
Q1-Q2	Français	6
A choix/Obligatoire		
Obligatoire		
Responsable UE		
Véronique Hanquet (v.hanquet@isfsc.be)		
Implantation		
ISFSC - Rue de la Poste 111 - 1030 Bruxelles		

2. Pré/Co-requis :

Prérequis	Co-requis
Néant	Néant

3. Cette unité d'enseignement comprend :

Code AA	Intitulé	VHA	Pondération	Crédits
3C61G	Méthode de recherche en TFE	18	40 %	2
3C62G	Travail de fin d'études	96	360 %	18

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 1.1 : Maîtriser la langue française écrite et orale requise par les professions visées.
- Capacité 1.5 : Comprendre et utiliser au moins une langue étrangère.
- Capacité 2.2 : Connaître et utiliser les techniques inhérentes aux professions visées.
- 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 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.
- Capacité 5.3 : Sélectionner et vulgariser l'information utile et adaptée au public visé.
- Capacité 5.5 : Utiliser le langage spécifique du média concerné pour assurer le traitement et la diffusion de l'information.
- Capacité 6.1 : Concevoir et exploiter des stratégies de communication.
- Capacité 6.2 : Mettre sa créativité au service de ses actions.
- Capacité 6.3 : Rédiger un cahier des charges et prendre en compte le coût et le financement d'un projet de communication.
- 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 6.6 : Assurer le rôle d'interface auprès de professionnels de différents secteurs.
- Capacité 6.7 : Mobiliser des outils d'évaluation.

6. Contenus :

3C61G - Méthode de recherche en TFE :

Le séminaire est divisé en neuf séances, chacune consacrée à un aspect de la recherche en sciences sociales et en information et communication :

- 1) Recherche et recherche appliquée;
- 2) Question initiale de recherche;
- 3) Deux aspects de la question de départ;
- 4) approches inductive, déductive, hypothético-déductive;
- 5) différencier discussion et analyse scientifique;
- 6) permanence : élaborations individuelles ;
- 7) Comparatif de méthodes ;
- 8) structure d'un processus de recherche;
- 8&9) Permanences.

En dehors des permanences, chaque séance est pensée en deux temps: un exposé ex cataedra présentant une matière précise suivi d'un temps de réappropriation par les étudiants (exercice en solitaire ou en binôme; retour en grand groupe).

3C62G - Travail de fin d'études :

L'activité Travail de fin d'études a pour objectif, dans un travail écrit d'une part, de mobiliser l'ensemble des savoirs et savoir-faire acquis tout au long du cursus, de transcender ces savoirs pour innover et réaliser un projet personnel, de répondre à un appel à projet ou résoudre une problématique communicationnelle tout en mobilisant sa créativité au service de ses actions. Le projet résultant de ce processus sera, d'autre part, présenté et défendu devant un jury professionnel.

7. Acquis d'apprentissage :

3C61G - Méthode de recherche en TFE :

Au terme de cette activité, l'étudiant(e) sera capable d'initier le processus "recherche" nécessaire à son TFE, de recueillir les données recherchées et de les analyser afin de nourrir le travail d'élaboration d'un objet concret, attendu en fin de TFE. Ce dernier point ne fait pas l'objet du présent séminaire.

3C62G - Travail de fin d'études :

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

- mener une recherche documentaire dans le cadre de son sujet de TFE
- mener des interviews auprès de professionnel.les
- confronter les sources, les pratiques communicationnelles et les analyser
- rédiger un travail scientifique comprenant de la recherche théorique, de l'étude de terrain et une proposition pratique répondant à une problématique de communication;
- concevoir et de produire un dispositif ou un outil de communication;
- présenter le résultat de sa recherche et de sa solution pratique lors d'une défense oral devant un jury professionnel;
- répondre à des questions face à un jury professionnel
- assumer seul.e une présentation;
- maîtriser sa communication professionnelle.

8. Supports :

3C61G - Méthode de recherche en TFE :

Dias ou documents utilisés en séance déposés sur Teams

3C62G - Travail de fin d'études :

Support de cours en ligne

9. Modalités d'évaluation :

Code AA	Session 1	Session 2	Plan B
3C61G	Enseignement formatif non noté. En vertu de l'article 76°3 du Décret paysage, cette activité est considérée comme une activité d'autoformation et d'enrichissement personnel.	Enseignement formatif non noté. En vertu de l'article 76°3 du Décret paysage, cette activité est considérée comme une activité d'autoformation et d'enrichissement personnel.	Pas d'évaluation spécifique en plan B pour cette activité.
3C62G	Travail écrit et défense orale en jury	Travail écrit et défense orale en jury	Travail écrit et défense orale en jury

10. Critères de réussite de l'UE :

Considérant les compétences transversales du TFE, son apport à la professionnalisation de l'étudiant ainsi que sa singularité dans le cursus consacré par l'article 126 du Décret Paysage de l'enseignement supérieur, la validation de l'UE se fait pour autant que ce TFE soit réussi (au minimum 10/20). Le jury ne procédera pas à la délibération de cette UE si elle est en échec.

11. Titulaire(s) :

Code AA	Titulaire(s)
3C61G	Danièle Peto (d.peto@isfsc.be)
3C62G	Véronique Hanquet (v.hanquet@isfsc.be)

Addendum Covid-19

1. Adaptations :

3C61G - Méthode de recherche en TFE :

Alternance entre des capsules de ppt audio déposées sur Teams et de séances de travail en présentiel. Des moments de permanence sur Teams sont aussi organisés en coordination avec la demande étudiante. Les informations calendrier (présentiel ou distanciel synchrone ou non) passent à la fois par le service horaire et par Teams.

3C62G - Travail de fin d'études :

Sans objet

2. Evaluations (Code Orange ou Rouge) :

Code AA	Session 1	Session 2
3C61G	Enseignement formatif non noté. En vertu de l'article 76°3 du Décret paysage, cette activité est considérée comme une activité d'autoformation et d'enrichissement personnel.	Enseignement formatif non noté. En vertu de l'article 76°3 du Décret paysage, cette activité est considérée comme une activité d'autoformation et d'enrichissement personnel.
3C62G	Travail écrit et défense orale en jury sur Teams	Travail écrit et défense orale en jury sur Teams