

Crédits ETCS	15	Implantation	ISFSC - Rue de la Poste 111 - 1030 Bruxelles		
Volume Horaire	298	Niveau CFC	6	Période	Q.1 & Q.2
Langue(s)	français				
Cycle	Bachelier en Communication				
Niveau	Bloc 2	Pondération de l'UE	300 points		
Obligatoire/Option	Obligatoire				
Responsable UE	Laetitia Pottiez - l.pottiez@isfsc.be				

Cette UE est composée de 2 AA :

2C21H - Stage 1

2C22H - Identité professionnelle 1

Prérequis / Co-requis : Aucun

**Critère 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)

## 2C21H - Stage 1

Volume Horaire	Crédits ECTS	Période	Pondération AA
280	13	Q.2	260 points

**Titulaire(s) :** Laetitia Pottiez - l.pottiez@isfsc.be

### Descriptif de l'activité :

L'activité intègre le seul stage de l'année en cours, mené sur un lieu de stage professionnel. Ce stage représente la première expérience professionnelle de l'étudiant au sein de l'ISFSC. Il est encadré par un Maître de stage sur son lieu de stage et un Maître de formation pratique de l'ISFSC.

### Acquis d'apprentissage :

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

- assumer une partie d'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 ;
- évaluer ses apprentissages et ses réalisations personnelles.

### Eval. Janvier

Non

### Eval. Juin

Cote stage pondérée  
par le MFP

### 2ème session

Cote stage pondérée  
par le MFP

### Eval. Plan B

Cote stage pondérée  
par le MFP

### Support(s) de cours :

Support de cours sous forme d'un site web (pratique.commu.isfsc.be) + Teams

**Discipline :** Activités d'intégration professionnelle

### Compétence(s) évaluée(s) :

COMPETENCE 2 - INTERAGIR AVEC SON MILIEU PROFESSIONNEL

COMPETENCE 3 - INSCRIRE SA PRATIQUE DANS UNE RÉFLEXION CRITIQUE, CITOYENNE ET RESPONSABLE

### Capacité(s) évaluée(s) :

Comprendre les concepts, le vocabulaire et les codes professionnels

Mesurer les enjeux de ses pratiques professionnelles

Analyser une situation en tenant compte de son contexte (social, politique, culturel,...)

## 2C22H - Identité professionnelle 1

Volume Horaire

18

Crédits ECTS

2

Période

Q.1 & Q.2

Pondération AA

40 points

**Titulaire(s) :** Laetitia Pottiez - l.pottiez@isfsc.be

### Descriptif de l'activité :

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. Lors du processus de recherche de stage, l'étudiant sera également amené à travailler sur différentes "outils pour postuler", qu'il pourra utiliser lors de ses différentes recherches.

### Acquis d'apprentissage :

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.

### Eval. Janvier

non

### Eval. Juin

Bilan de stage individuel  
avec le MFP +  
rencontres avec le MFP

### 2ème session

Bilan de stage individuel  
avec le MFP +  
rencontres avec le MFP

### Eval. Plan B

Bilan de stage individuel  
avec le MFP +  
rencontres avec le MFP

### Support(s) de cours :

Support de cours en ligne via la plateforme de pratique "pratique.commu.isfsc.be" + Teams

### Discipline : Activités d'intégration professionnelle

### Compétence(s) évaluée(s) :

COMPETENCE 2 - INTERAGIR AVEC SON MILIEU PROFESSIONNEL

COMPETENCE 3 - INSCRIRE SA PRATIQUE DANS UNE RÉFLEXION CRITIQUE, CITOYENNE ET RESPONSABLE

### Capacité(s) évaluée(s) :

Comprendre les concepts, le vocabulaire et les codes professionnels

Mesurer les enjeux de ses pratiques professionnelles

Crédits ETCS	15			ISFSC - Rue de la Poste 111 - 1030 Bruxelles	
Volume Horaire	180	Niveau CFC	6	Période	Q.1 & Q.2
Langue(s)	français				
Cycle	Bachelier en Communication				
Niveau	Bloc 2	Pondération de l'UE	300 points		
Obligatoire/Option	Obligatoire				
Responsable UE	Anne Hérion - a.herion@isfsc.be				

Cette UE est composée de 6 AA :

2C31H - Stratégie créative

2C32H - Conception de supports visuels & maquettage

2C33H - Stratégie digitale et community management

2C34H - Pitch de projet

2C35H - Atelier de création de site internet – CMS

2C36H - Atelier de logiciels graphiques Adobe

Prérequis / Co-requis : Aucun

**Critère 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).

## 2C31H - Stratégie créative

Volume Horaire	Crédits ECTS	Période	Pondération AA
36	3	Q.1 & Q.2	60 points

**Titulaire(s) : Axel Druart - a.druart@ifsc.be, Bernard Buchel - b.buchel@ifsc.be**

### Descriptif de l'activité :

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.

### Acquis d'apprentissage :

Au terme de l'activité d'enseignement, l'étudiant 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.

### Eval. Janvier

Travail écrit en agence de pub + Jury

### Eval. Juin

Travail écrit en agence de pub + Jury

### 2ème session

Travail écrit en agence de pub ou travail individuel + Jury, les modalités sont communiquées à chaque étudiant

### Eval. Plan B

Travail écrit individuel + jury

### Support(s) de cours :

Syllabus et nombreux diaporamas sur TEAMS

**Discipline :** Méthodologie et techniques de la Communication

### Compétence(s) évaluée(s) :

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

### Capacité(s) évaluée(s) :

5.1 Recourir à diverses sources d'information, les recouper et synthétiser les contenus

5.2 Identifier les publics-cibles et leurs besoins spécifiques

5.3 Sélectionner et vulgariser l'information utile et adaptée au public visé

## 2C32H - Conception de supports visuels & maquettage

Volume Horaire	Crédits ECTS	Période	Pondération AA
48	4	Q.1 & Q.2	80 points

**Titulaire(s) :** Anne Hérion - a.herion@isfsc.be

### Descriptif de l'activité :

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 decampagne 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

La présence aux ateliers est obligatoire. À partir de 20% d'absences injustifiées, des points de pénalité sont retirés de votre note globale. Cette pénalité est progressive et vaut pour l'ensemble des cours de projet. Pénalités pour absences injustifiées (par cours) 60%-6 points 50%-5 points 40%-4 points 30%-3 points 20%-2 points

### Acquis d'apprentissage :

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.

Eval. Janvier

Eval. Juin

2ème session

Eval. Plan B

Jury

Jury

Jury

**Support(s) de cours :** Supports de cours et documentation sur Teams

**Discipline :** Méthodologie et techniques de la Communication

### Compétence(s) évaluée(s) :

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

### Capacité(s) évaluée(s) :

5.2 Identifier les publics-cibles et leurs besoins spécifiques

5.4 Maîtriser les outils de communication oraux, écrits, audiovisuels et interactifs et les codes liés à la communication non-verbale

5.5 Utiliser le langage spécifique du média concerné pour assurer le traitement et la diffusion de l'information

## 2C33H - Stratégie digitale et community management

Volume Horaire	Crédits ECTS	Période	Pondération AA
24	2	Q.1 & Q.2	40 points

**Titulaire(s) :** Anne Hérion - a.herion@isfsc.be

### Descriptif de l'activité :

L'objectif est d'amener les étudiants à élaborer une stratégie digitale dans le cadre d'une campagne publicitaire 360 ; Le diagnostic client ; Les outils d'audit d'analyse concurrentielle; Les outils collaboratifs; Le persona Les environnements Facebook, Instagram, TikTok, Pinterest et LinkedIn. Les outils de création de contenu. Les outils de publication. Le calendrier éditorial couvrant une période de campagne (optiques organique et payante) et l'accompagnement du client. Projection, analyse et indicateurs de résultats : recommandation stratégique à un client.

La présence aux ateliers est obligatoire. À partir de 20% d'absences injustifiées, des points de pénalité sont retirés de votre note globale. Cette pénalité est progressive et vaut pour l'ensemble des cours de projet. Pénalités pour absences injustifiées (par cours) 60%-6 points50%-5 points40%-4 points30%-3 points20%-2 points La présence aux ateliers est obligatoire. À partir de 20% d'absences injustifiées, des points de pénalité sont retirés de votre note globale. Cette pénalité est progressive et vaut pour l'ensemble des cours de projet. Pénalités pour absences injustifiées (par cours) 60%-6 points50%-5 points40%-4 points30%-3 points20%-2 points

### Acquis d'apprentissage :

;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 , Concevoir un calendrier de publication à destination d'un client Mettre en place une évaluation des résultats (indicateurs et outils statistique) De conseiller une stratégie SEO adaptée au client D'actionner les leviers pertinents pour atteindre les objectifs du client (concours, influenceurs, publication sponsorisés, etc.)

### Compétence(s) évaluée(s) :

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

### Capacité(s) évaluée(s) :

5.2 Identifier les publics-cibles et leurs besoins spécifiques

5.4 Maîtriser les outils de communication oraux, écrits, audiovisuels et interactifs et les codes liés à la communication non-verbale

5.5 Utiliser le langage spécifique du média concerné pour assurer le traitement et la diffusion de l'information

Eval. Janvier

Eval. Juin

2ème session

Eval. Plan B

Jury

Jury

Jury

### Support(s) de cours :

Supports de cours et documentation sur Teams

**Discipline :** Méthodologie et techniques de la Communication

## 2C34H - Pitch de projet

Volume Horaire	Crédits ECTS	Période	Pondération AA
12	1	Q.1 & Q.2	20 points

**Titulaire(s) :** Julie Binsztok - [j.binsztok@isfsc.be](mailto:j.binsztok@isfsc.be)

**Descriptif de l'activité :**

Travailler sur le pitch du projet d'année, cela demande de chercher, trouver et développer ses potentialités verbales et non verbales. Explorer son souffle, sa voix, son énergie, ses émotions, ses observations pour en jouer. Les exercices proposés dans cet atelier sensibilisent et outillent les étudiant.e.s afin qu'ils/ qu'elles soient en mesure d'adopter une posture professionnelle adéquate, qu'ils/elles améliorent leur prestance et leur diction pour une meilleure prise de parole en public. Parallèlement à ce travail, il sera question d'élaborer le pitch à présenter en jury, en tenant compte de toutes les contraintes mais aussi de toutes les possibilités qu'il offre pour séduire l'audience. Cela inclut de tenir compte du type de public à atteindre, de l'importance de clarifier le contenu du message, de le contextualiser, de trouver comment l'exprimer, et comment l'exposer (en partageant l'exercice avec son équipe).

**Acquis d'apprentissage :**

Au terme de l'activité, l'étudiant(e) sera capable d'avoir le sens de l'écoute et d'être ouvert au dialogue ; d'utiliser les concepts, le vocabulaire et les codes professionnels, d'utiliser au mieux les outils d'expression expérimentés dans le cours pour une prise de parole optimale lors des jurys.

**Compétence(s) évaluée(s) :**

Compétence 1 : Etablir une communication professionnelle

**Capacité(s) évaluée(s) :**

- 1.1 Maîtriser la langue française écrite et orale requise par les professions visées
- 1.2 Adopter un comportement adéquat par rapport à la situation et à son interlocuteur
- 1.3 Avoir le sens de l'écoute et être ouvert au dialogue

**Eval. Janvier**

Défense orale :  
Pitch

**Eval. Juin**

lors présentation  
+pondération de l'année

**2ème session**

orale

**Eval. Plan B**

plan B=plan A

**Support(s) de cours :** références, tutos et trucs, astuces (liste de mots, d'exercices, et doc formel sur ct faire un bon pitch)

**Discipline :** Activités d'intégration professionnelle



## 2C35H - Atelier de création de site internet - CMS

Volume Horaire	Crédits ECTS	Période	Pondération AA
24	2	Q.1 & Q.2	40 points

**Titulaire(s) :** Anne Hérimon - a.herion@isfsc.be, Laetitia Pottiez - l.pottiez@isfsc.be

### Descriptif de l'activité :

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 SEO.

La présence aux ateliers est obligatoire. À partir de 20% d'absences injustifiées, des points de pénalité sont retirés de votre note globale. Cette pénalité est progressive et vaut pour l'ensemble des cours de projet. Pénalités pour absences injustifiées (par cours) 60%-6 points 50%-5 points 40%-4 points 30%-3 points 20%-2 points

### Acquis d'apprentissage :

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

- Elaborer un projet de communication en prenant en compte les contraintes techniques et les besoins du public cible et de l'émetteur ;
- Structurer, analyser et finaliser la communication ;
- Rechercher et utiliser les ressources adéquates;
- Proposer des solutions qui tiennent compte des contraintes ;
- 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 ;
- Recommander une proposition web à un client.

### Compétence(s) évaluée(s) :

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

### Capacité(s) évaluée(s) :

- 5.2 Identifier les publics-cibles et leurs besoins spécifiques
- 5.5 Utiliser le langage spécifique du média concerné pour assurer le traitement et la diffusion de l'information
- 6.1 Concevoir et exploiter des stratégies de communication

Eval. Janvier

Eval. Juin

2ème session

Eval. Plan B

Jury

Jury

Jury

### Support(s) de cours :

Supports de cours et ressources en ligne sur Teams

**Discipline :** Informatique

## 2C36H - Atelier de logiciels graphiques Adobe

Volume Horaire	Crédits ECTS	Période	Pondération AA
36	3	Q.1 & Q.2	60 points

**Titulaire(s) :** Jérôme Coche - j.coche@isfsc.be

**Descriptif de l'activité :**

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;
- d'apprendre les logiciels Adobe Photoshop, Illustrator, Indesign et Acrobat de manière plus approfondie.

Remarques : les pénalités des points pour 20% d'absences aux séances de cours sont de -2 points et 60% = -6 points.

**Acquis d'apprentissage :**

Au terme de l'activité d'enseignement, l'étudiant 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.

**Compétence(s) évaluée(s) :**

Compétence 2 INTERAGIR AVEC SON MILIEU PROFESSIONNEL

Compétence 6 GÉRER UN PROJET DE COMMUNICATION ET D'INFORMATION DANS SA GLOBALITÉ

**Capacité(s) évaluée(s) :**

- 2.2 - Connaître et utiliser les techniques inhérentes aux professions visées
- 6.2 - Mettre sa créativité au service de ses actions
- 6.4 - Mettre en oeuvre des techniques, des procédures et des supports de communication adaptés à un public donné

**Eval. Janvier**

Remise de travaux  
(pas de cote en  
janvier)

**Eval. Juin**

Remise  
de travaux, évaluation  
en jury

**2ème session**

Remise de  
travaux, évaluation en jury

**Eval. Plan B**

Idem

**Support(s) de cours :** Support online. Compilation de capsules vidéo (enregistrées par mes soins) reprenant l'essentiel des points abordés durant les séances de cours.

**Discipline :** Informatique

2CU4H - Philosophie et sociologie

Crédits ETCS	5	Implantation	ISFSC - Rue de la Poste 111 - 1030 Bruxelles		
Volume Horaire	60	Niveau CFC	6	Période	Q.1
Langue(s)	français				
Cycl	Bachelier en Communication				
Niveau	Bloc 2	Pondération de l'UE	100 points		
Obligatoire/Option	Obligatoire				
Responsable UE	Stéphane Godefroid - s.godefroid@isfsc.be				

Cette UE est composée de 2 AA :

2C41H - Philosophie des médias et de la communication

2C42H - Sociologie générale

Prérequis / Co-requis : Aucun

Critère de réussite de l'UE : Moyenne arithmétique pondérée des notes obtenues aux AA

## 2C41H - Philosophie des médias et de la communication

Volume Horaire	Crédits ECTS	Période	Pondération AA
36	3	Q.1	60 points

**Titulaire(s) : Stéphane Godefroid - s.godefroid@isfsc.be**

### Descriptif de l'activité :

L'activité 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.

### Acquis d'apprentissage :

Au terme de l'activité, l'étudiant sera capable de reformuler, démontrer, questionner, argumenter et synthétiser les thèses développées au cours.

### Compétence(s) évaluée(s) :

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

### Capacité(s) évaluée(s) :

3.3 : Participer à l'évolution de son environnement professionnel.

3.4 : Analyser une situation en tenant compte de son contexte (social, politique, culturel,...)

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

### Eval. Janvier

Examen écrit sous forme de questions fermées ou de QCM

### Eval. Juin

Non lieu

### 2ème session

Examen écrit sous forme de questions fermées ou de QCM

### Eval. Plan B

Examen écrit sous forme de questions fermées ou de QCM

### Support(s) de cours :

Table analytique des matières devant être complétée par les notes de cours de étudiants

**Discipline :** Histoire et Philosophie

## 2C42H - Sociologie générale

Volume Horaire	Crédits ECTS	Période	Pondération AA
24	2	Q.1	40 points

**Titulaire(s) : Danièle Peto - d.peto@isfsc.be**

### Descriptif de l'activité :

Réfléchir en sociologue, c'est viser à appréhender la complexité de la réalité sociale humaine en développant des analyses dont la clé interprétative principale ne réside pas dans la référence à la psychologie de l'individu. Au contraire, la sociologie s'intéresse au poids des institutions (entendues au sens durkheimien de « croyances et modes de conduites institués par la collectivité ») sur les individus qui composent la société et sur la fondation des différents types de liens sociaux. Elle s'intéresse encore à la production de sens mise en œuvre par les individus dans leur vie sociale quotidienne. En cela, le questionnement sociologique se caractérise par une posture tout à fait spécifique, dont les racines se trouvent dans les contextes de sa naissance. Grâce à ce cours, l'étudiant acquerra une connaissance générale des spécificités épistémologiques de la posture sociologique. Il intégrera aussi une série de balises théoriques précises en termes de courants de pensée, d'auteurs et de concepts qui sont aux fondements de la discipline. De manière plus spécifique, le cours vise, d'une part, à développer la capacité au recul critique ; et, d'autre part, à acquérir des cadres théoriques et méthodologiques propres à la sociologie afin d'outiller l'étudiant pour l'analyse et l'action dans le monde contemporain.

L'activité d'enseignement est divisée en quatre moments : Une introduction à la spécificité du regard sociologique Un chapitre présentant et interrogeant le triptyque Tradition – Modernité – Hypermodernité Un chapitre abordant le concept de Lien social à travers différents auteurs, classiques et contemporains Une clôture à travers l'ouverture d'une réflexion épistémologique.

### Acquis d'apprentissage :

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.

### Compétence(s) évaluée(s) :

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.

### Capacité(s) évaluée(s) :

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.

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

**Eval. Janvier**

examen écrit

**Eval. Juin**

non

**2ème session**

examen écrit

**Eval. Plan B**

idem

### Support(s) de cours :

Disponible sur Teams : diapos projetées en séance et textes travaillés en séance.

**Discipline :** Psychologie et Sociologie

2CU5G - Méthodologie de la recherche

Crédits ETCS	5	Implantation	ISFSC - Rue de la Poste 111 - 1030 Bruxelles		
Volume Horaire	60	Niveau CFC	6	Période	Q.1 & Q.2
Langue(s)	français				
Cycle	Bachelier en Communication				
Niveau	Bloc 2	Pondération de l'UE	100 points		
Obligatoire/Option	Obligatoire				
Responsable UE	Emmanuel Murhula A. Nashi - e.murhula@isfsc.be				

Cette UE est composée de 3 AA :

2C51G - Méthodes de recherche en sciences sociales

2C52G - Recherche et veille documentaire et médiatique

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

Prérequis / Co-requis :Aucun

Critère de réussite de l'UE : Moyenne arithmétique pondérée des notes obtenues aux AA

**2C51G - Méthodes de recherche en sciences sociales**

Volume Horaire	Crédits ECTS	Période	Pondération AA
24	2	Q.1	40 points

**Titulaire(s) : Emmanuel Murhula A. Nashi - e.murhula@isfsc.be**

**Descriptif de l'activité :**

L'activité introduit au processus de la recherche en sciences sociales. Elle pose les fondements des méthodes qualitatives appliquées au domaine de l'information et de la communication. Spécifiquement, elle accomplit avec les étudiant-e-s les trois premières étapes d'une recherche, soit la transformation d'une question de départ en une question de recherche en passant par la formulation de la problématique.

**Acquis d'apprentissage :**

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

- questionner une thématique afin d'en dégager un (des) problème(s) communicationnel(s) ;
- poser une bonne question de départ, définir un objet de recherche et déterminer un sujet de recherche ;
- procéder à une exploration théorique et pratique de son sujet ;
- formuler une question de recherche.

**Compétence(s) évaluée(s) :**

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

**Capacité(s) évaluée(s) :**

3.3 : Participer à l'évolution de son environnement professionnel

3.4 : Analyser une situation en tenant compte de son contexte (social, politique, culturel,...)

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

**Eval. Janvier**

Travail

**Eval. Juin**

Travail

**2ème session**

Travail

**Eval. Plan B**

Travail de synthèse

**Support(s) de cours :**

Slides du cours et autres documents en ligne sur Teams ; notes personnelles

**Discipline :** Psychologie et Sociologie

**2C52G - Recherche et veille documentaire et médiatique**

Volume Horaire	Crédits ECTS	Période	Pondération AA
24	2	Q.2	40 points

**Titulaire(s) :** Bernard Buchel - [b.buchel@isfsc.be](mailto:b.buchel@isfsc.be), Michèle Orban - [m.orban@isfsc.be](mailto:m.orban@isfsc.be)

**Descriptif de l'activité :**

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 un thème relevant des sciences humaines ;
- comprendre l'utilisation d'une plateforme de curation de contenu.

**Acquis d'apprentissage :**

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.

**Compétence(s) évaluée(s) :**

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

**Capacité(s) évaluée(s) :**

Capacité 5.1 : Recourir à diverses sources d'information, les recouper et synthétiser les contenus

Eval. Janvier	Eval. Juin	2ème session	Eval. Plan B
	Travail écrit (85%) + exercices cotés (15%)	Travail écrit (85%) + exercices cotés (15%)	Idem

**Support(s) de cours :** Diaporamas sur Teams

**Discipline :** Méthodologie de la communication



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

Volume Horaire	Crédits ECTS	Période	Pondération AA
12	1	Q.1	20 points

**Titulaire(s) :** Lucie Martin - [l.martin@isfsc.be](mailto:l.martin@isfsc.be), Stéphane Godefroid - [s.godefroid@isfsc.be](mailto:s.godefroid@isfsc.be)

**Descriptif de l'activité :**

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.

**Acquis d'apprentissage :**

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 ;
- 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.

**Compétence(s) évaluée(s) :**

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

**Capacité(s) évaluée(s)**

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

**Eval. Janvier**

Travail individuel

**Eval. Juin**

Travail individuel

**2ème session**

Travail individuel

**Eval. Plan B**

Travail individuel

**Support(s) de cours :**

Notes des étudiants

**Discipline :** Economie et Statistiques

Crédits ETCS	5	Implantation	ISFSC - Rue de la Poste 111 - 1030 Bruxelles		
Volume Horaire	48	Niveau CFC	6	Période	Q.1
Langue(s)	français				
Cycle	Bachelier en Communication				
Niveau	Bloc 2	Pondération de l'UE	100 points		
Obligatoire/Option	Obligatoire				
Responsable UE	Marie-Emilie Ricker - me.ricker@isfsc.be				

Cette UE est composée de 3 AA :

2C51H - Histoire des arts contemporains et du design

2C52H - Exploration de la création musicale et des univers sonores

2C53H - Ecriture créative

Prérequis / Co-requis : Aucun

Critère de réussite de l'UE : Moyenne arithmétique pondérée des notes obtenues aux AA

## 2C51H - Histoire des arts contemporains et du design

Volume Horaire	Crédits ECTS	Période	Pondération AA
24	3	Q.1	60 points

**Titulaire(s) :** Marie-Emilie Ricker - [me.ricker@isfsc.be](mailto:me.ricker@isfsc.be)

### Descriptif de l'activité :

Le cours envisage les principales innovations et les mises en cause de la tradition académique introduites dans les arts visuels des 20<sup>e</sup> et 21<sup>e</sup> siècles et du design. On envisage 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<sup>e</sup> siècle ; L'art déco ; Le modernisme ; La modernité du milieu du 20<sup>e</sup> siècle ; La révolution culturelle des années 1960 – 1970; Postmoderne et contemporain ; De l'ultra consumérisme à sa contestation...

Trois visites obligatoires d'expositions et de musées d'arts contemporains et de design, en fonction de l'actualité artistique : par exemple, Maison des arts de Schaerbeek, Brussels Design Museum, Wiels Bruxelles, Centrale for Contemporary Art Bruxelles... Dans ces musées/expositions, les étudiants réalisent un travail d'analyse d'œuvre suivi d'une présentation orale et des exercices écrits individuels. En réalisant des exercices personnels d'analyse d'œuvres, 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.

### Acquis d'apprentissage :

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, et du design,
- de distinguer, de sélectionner et d'ordonner des éléments d'observation afin d'analyser des œuvres caractéristique du langage artistique contemporain et du design,
- d'aborder les innovations artistiques et le design avec curiosité et ouverture d'esprit, grâce à la compréhension des spécificités des principales mouvances artistiques modernes et contemporaines,
- de concevoir et présenter un exercice oral d'analyse d'œuvre dans un musée/exposition, en interaction avec ses condisciples,
- de repérer et sélectionner certains enjeux de l'art et du design d'aujourd'hui en fonction de l'actualité artistique et des musées/expositions visités.

### Compétence(s) évaluée(s) :

Compétence 3 : Inscrire sa pratique dans une réflexion critique, citoyenne et responsa

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

### Capacité(s) évaluée(s) :

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

**Eval. Janvier**

Examen écrit

**Eval. Juin**

Non

**2ème session**

Examen écrit

**Eval. Plan B**

Examen écrit

### Support(s) de cours :

Syllabus de reproductions des œuvres analysées durant les cours. Documents de consignes pour réaliser les exercices d'analyse d'œuvres réalisés en classe et dans les musées. Les supports sont également disponibles sur Teams.

**Discipline :** Histoire et Philosophie

## 2C52H - Exploration de la création musicale et des univers sonores

Volume Horaire	Crédits ECTS	Période	Pondération AA
12	1	Q.1	20 points

**Titulaire(s) :** Valentine Jongen - v.jongen@isfsc.be

**Descriptif de l'activité :**

L'activité d'apprentissage est conçue autour de 3 grands chapitres

\* Les univers sonores : d'abord l'univers sonore dans l'Antiquité (Platon, Pythagore, Boèce et la théorie de la musique des sphères) et, ensuite, l'univers sonore actuel des étudiants qui sera à représenter de façon créative

\* L'histoire de la musique classique (depuis la préhistoire jusqu'au 21<sup>ème</sup> siècle) avec de grandes figures (Monteverdi, Bach, Mozart, Beethoven, Chopin...) mais aussi des compositeurs et interprètes contemporains. Une part importante du cours sera aussi laissée aux nouveaux médias et à leur utilisation dans la communication de la musique aujourd'hui

\* L'analyse musicale et l'exploration de la communication des artistes et/ou des producteurs et institutions culturelles \*

**Acquis d'apprentissage :**

Au terme de cette AA, l'étudiant sera capable de « spatialiser » son univers sonore dans une représentation de son système solaire musicale, de rédiger un court texte de présentation d'un artiste/album/morceau et de restituer la matière théorique.

**Eval. Janvier**

L'examen est écrit avec une partie QCM (sur /10) et deux exercices pratiques (l'univers sonore /5 et le texte de communication /5).

**Eval. Juin**

**2ème session**

identique aux modalités de première session

**Eval. Plan B**

Idem

**Support(s) de cours :** Notes de cours

**Discipline :** Méthodologie et techniques de la Communication

**Compétence(s) évaluée(s) :**

Compétence 1 : ETABLIR UNE COMMUNICATION PROFESSIONNELLE

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

**Capacité(s) évaluée(s) :**

Capacité 1.1 : Maîtriser la langue française écrite et orale requise par les professions visées

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

## 2C53H - Ecriture créative

Volume Horaire	Crédits ECTS	Période	Pondération AA
12	1	Q.1	20 points

**Titulaire(s) :** Ariane Le Fort - a.le.fort@isfsc.be

**Descriptif de l'activité :**

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.

**Acquis d'apprentissage :**

Au terme de cette activité, l'étudiant sera capable de créer un récit imaginaire dans un cadre donné.

**Compétence(s) évaluée(s) :**

Compétence 1 : Etablir une communication professionnelle

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

**Capacité(s) évaluée(s) :**

1.1 : Maîtriser la langue française écrite et orale requise par les professions visées

5.6 : Utiliser les différentes techniques d'écriture liées à l'information et à la communication

**Eval. Janvier**

travail écrit+  
participation au  
cours

**Eval. Juin**

Non

**2ème session**

travail écrit

**Eval. Plan B**

travail écrit

**Support(s) de cours :**

Notes de cours - dictionnaires - grammaires

**Discipline :** Méthodologie et techniques de la Communication

2CU6H - Institutions politiques et droit

Crédits ETCS	5	Implantation	ISFSC - Rue de la Poste 111 - 1030 Bruxelles		
Volume Horaire	60	Niveau CFC	6	Période	Q.1
Langue(s)	français				
Cycle	Bachelier en Communication				
Niveau	Bloc 2	Pondération de l'UE	100 points		
Obligatoire/Option	Obligatoire				
Responsable UE	Pascal Laviolette - p.laviolette@isfsc.be				

Cette UE est composée de 2 AA :

2C61H - Institutions et politiques publiques

2C62H - Droit de l'information et des médias

Prérequis / Co-requis : Aucun

Critère de réussite de l'UE : Moyenne arithmétique pondérée des notes obtenues aux AA

**2C61H - Institutions et politiques publiques**

Volume Horaire	Crédits ECTS	Période	Pondération AA
36	3	Q.1	60 points

**Titulaire(s) : Pascal Laviolette - p.laviolette@isfsc.be**

**Descriptif de l'activité :**

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.

**Acquis d'apprentissage :**

L'étudiant sera capable de :

1. de comprendre et d'expliquer le fonctionnement institutionnel de la Belgique, les différents niveaux de pouvoirs et les compétences associées
2. 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.

**Compétence(s) évaluée(s) :**

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.

**Capacité(s) évaluée(s) :**

4.1 : Développer sa culture générale et entretenir sa connaissance de l'actualité.

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.

5.1 : Recourir à diverses sources d'information, les recouper et synthétiser les contenus.

**Eval. Janvier**  
travail

**Eval. Juin**  
Non

**2ème session**  
Travail

**Eval. Plan B**  
Travail

**Support(s) de cours :** notes de cours postées sur Teams

**Discipline :** Droit et Sciences politiques

**2C62H - Droit de l'information et des médias**

Volume Horaire

Crédits ECTS

Période

Pondération AA

24

2

Q.1

40 points

**Titulaire(s) : Jean-Christophe Lardinois - jc.lardinois@isfsc.be**

**Descriptif de l'activité :**

Objectifs : Informer et sensibiliser aux aspects juridiques de la communication et de l'information

Table des matières :

I - LA LIBERTE D'EXPRESSION 1) Liberté d'expression et droit à l'information : Principes généraux ; Interdiction des mesures préventives et mesures de blocage de contenus sur internet –protection de la collecte d'information. 2) Les devoirs et responsabilités inhérents à la communication numérique : Responsabilité pénale et civile des médias et hébergeurs, droit de réponse.

II. LE DROIT AU RESPECT DE LA VIE PRIVEE ET LA PROTECTION DES DONNEES A CARACTERE PERSONNEL 1) Principes généraux 2) Le droit à l'image 3) La protection de l'E-réputation 4) Le droit à l'oubli (à l'égard des moteurs de recherche) 5) La protection des données à caractère personnel – RGPD 6) L'usage d'Internet et la surveillance au travail.

III. LA PROPRIETE INTELLECTUELLE DANS L'UNIVERS NUMERIQUE(DROIT d'AUTEUR, MARQUES, CC ...) 1) Introduction 2) Le droit d'auteur et les Creative commons 3) La protection des programmes d'ordinateur 4) Protection des bases de données 5) Droit des marques 6) Protection des noms commerciaux 7) Protection des noms de domaines IV. DEONTOLOGIE : Codes de conduite RP : Applications ; Autorégulation journalistique et publicitaire : CDJ et JEP.

**Acquis d'apprentissage :**

Au terme de l'activité d'enseignement, l'étudiant(e) sera capable de connaître et appliquer la réglementation juridique en matière de déontologie journalistique d'une part et de problématiser, développer et résoudre un dilemme éthique et déontologique d'autre part.

**Compétence(s) évaluée(s) :**

Compétence 3 - INSCRIRE SA PRATIQUE DANS UNE RÉFLEXION CRITIQUE, CITOYENNE ET RESPONSABLE

**Capacité(s) évaluée(s) :**

3.1 Identifier et s'appropriier les valeurs et les règles déontologiques propres à chaque métier de l'information et de la communication.

3.2 Mesurer les enjeux de ses pratiques professionnelles.

Eval. Janvier

Eval. Juin

2ème session

Eval. Plan B

Ecrit sous forme de QCM

Non

Ecrit sous forme de QCM

Ecrit sous forme de QCM

**Support(s) de cours :** slides à disposition des étudiants

**Discipline :** Droit et Sciences politiques