

3CU0H - Langues étrangères 3

Crédits ETCS	5	Implantation	ISFSC - Rue de la Poste 111 - 1030 Bruxelles		
Volume Horaire	48	Niveau CFC	6	Période	Q.1
Langue(s)	Anglais ou néerlandais				
Cycle	Bachelier en Communication				
Niveau	Bloc 3	Pondération de l'UE	100 points		
Obligatoire/Option	Obligatoire				
Responsable UE	Marie Palm - marie.palm@isfsc.be				

Cette UE est composée de 3 AA :

- 3C01H - Anglais professionnel (niveau B1/B2)
- 3C02H - Néerlandais professionnel (niveau B1/B2)
- 3C03H - Certification digitale en langues 3

Prérequis / Co-requis : Aucun

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

3C01H - Anglais professionnel (niveau B1/B2)

Volume Horaire

24

Crédits ECTS

3

Période

Q.1

Pondération AA

60 points

Titulaire(s) : Marie Palm - marie.palm@isfsc.be

Descriptif de l'activité :

Anglais des médias: presse 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.

Acquis d'apprentissage :

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.

Compétence(s) évaluée(s) :

Compétence 1 ETABLIR UNE COMMUNICATION PROFESSIONNELLE

Compétence 2 INTERAGIR AVEC SON MILIEU PROFESSIONNEL

Capacité(s) évaluée(s) :

1.2 Adopter un comportement adéquat par rapport à la situation et à son interlocuteur

1.5 Comprendre et utiliser au moins une langue étrangère

2.1 Comprendre les concepts, le vocabulaire et les codes professionnels

Eval. Janvier

oral en individuel) (10 minutes) + écrit 2h (1h audition et 1h concepts)

Eval. Juin

non

2ème session

oral en individuel) (10 minutes) + écrit 2h (1h audition et 1h concepts)

Eval. Plan B

travail, oral en individuel (15 minutes) et écrit 1h (audition)

Support(s) de cours :

Syllabus et TEAMS

Discipline : Langues étrangères

3C02H - Néerlandais professionnel (niveau B1/B2)

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

Titulaire(s) : Necla Celik - n.celik@isfsc.be

Descriptif de l'activité :

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.

Acquis d'apprentissage :

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 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 un projet en lien avec leur TFE.

Compétence(s) évaluée(s) :

Compétence 1 ETABLIR UNE COMMUNICATION PROFESSIONNELLE

Compétence 2 INTERAGIR AVEC SON MILIEU PROFESSIONNEL

Capacité(s) évaluée(s) :

1.2 Adopter un comportement adéquat par rapport à la situation et à son interlocuteur

1.5 Comprendre et utiliser au moins une langue étrangère

2.1 Comprendre les concepts, le vocabulaire et les codes professionnels

Eval. Janvier

Examen oral :
compréhension à
l'audition + examen oral

Eval. Juin

non

2ème session

Examen oral : compréhension à l'audition
+ examen oral

Eval. Plan B

Idem

Support(s) de cours :

syllabus

Discipline : Langues étrangères

3C03H - Certification digitale en langues 3

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

Titulaire(s) : Marie Palm - marie.palm@isfsc.be

Descriptif de l'activité :

Familiariser l'étudiant(e) à une des quatre langues mineures (néerlandais, anglais, allemand ou espagnol) sur la plateforme Altissia à partir d'un niveau établi lors d'un test diagnostique en début d'année. Acquérir le bagage linguistique en autonomie pour les compétences suivantes : compréhension à la lecture, compréhension à l'audition, grammaire et vocabulaire, Développer le niveau d'expression par l'acquisition d'un bagage solide en grammaire et en vocabulaire spécifique aux leçons d'apprentissage définies par l'étudiant(e) selon son niveau. Apprendre de manière régulière et passer minimum 24 heures sur la plateforme Altissia. L'objectif à atteindre pour réussir cette AA est individuel et est rédigé par l'étudiant et l'enseignant en début d'année dans la foulée du test diagnostique.

Acquis d'apprentissage :

Au terme de l'activité d'enseignement, l'étudiant.e aura progressé par rapport à son niveau initial, aura atteint l'objectif fixé à l'issue du test diagnostique et sera capable de mieux utiliser sa langue mineure dans les compétences de compréhension à l'audition et de compréhension à la lecture, tout en ayant acquis un meilleur bagage linguistique basé sur du code (grammaire et vocabulaire). L'étudiant.e est autonome dans son parcours d'apprentissage personnel et fait preuve de capacité réflexive.

Compétence(s) évaluée(s) :

COMPETENCE 1 – ETABLIR UNE COMMUNICATION PROFESSIONNELLE

Capacité(s) évaluée(s) :

1.5 Comprendre et utiliser au moins une langue étrangère

Eval. Janvier

non

Eval. Juin

oui -> plateforme
Altissia

2ème session

oui -> Plateforme
Altissia

Eval. Plan B

Idem

Support(s) de cours :

Plateforme Altissia

Discipline : Langues étrangères

3CU1H - Anthropologie 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				
Cycle	Bachelier en Communication				
Niveau	Bloc 3	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 :

Activité au choix entre :

3C11H - Anthropologie critique

3C12H - Anthropologie culturelle

Activité obligatoire :

3C13H - Sociologie de la communication et des médias sociaux

Prérequis / Co-requis : Aucun

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

3C11H - Anthropologie critique

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

Titulaire(s) : Alain Dubois - a.dubois@isfsc.be

Descriptif de l'activité :

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 ;amp ? 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.

Acquis d'apprentissage :

L'étudiant sera capable d'intégrer une approche anthropologique dans l'analyse des contextes sociétaux, des personnes, des groupes, des collectivités.

Compétence(s) évaluée(s) :

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

Compétence 4 - 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) :

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

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

Eval. Janvier

Eval. Juin

2ème session

Eval. Plan B

Examen écrit avec QCM

non

Examen écrit avec QCM

Examen écrit avec QCM

Support(s) de cours : synthèses, textes et documents, disponibles sur Teams

Discipline : Psychologie et Sociologie

3C12H - Anthropologie culturelle

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

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

Descriptif de l'activité :

Découvrir une discipline scientifique singulière en sciences humaines (par l'approche de certains auteurs et de certains concepts et courants).
 Pouvoir décentrer son regard dans une logique de compréhension et d'analyse des situations sociales.
 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'informateur
 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)

Acquis d'apprentissage :

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 et d'élaborer un projet d'enquête qualitative de terrain reposant notamment sur l'observation participante.

Compétence(s) évaluée(s) :

Compétence 3 - INSCRIRE SA PRATIQUE DANS UNE RÉFLEXION CRITIQUE, CITOYENNE ET RESPONSABLE
 Compétence 4 - 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)

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

Eval. Janvier	Eval. Juin	2ème session	Eval. Plan B
QCM	non	QCM	QCM

Support(s) de cours : syllabus

Discipline : Psychologie et Sociologie

3C13H - Sociologie de la communication et des médias sociaux

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

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

Descriptif de l'activité :

L'activité est consacrée à l'étude du rôle des structures sociales sur le comportement des professionnels des médias traditionnels et numériques. En d'autres termes, 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 (au sens morinien) à l'égard aussi bien des théories que des pratiques médiatiques, avec comme point de référence l'idéal démocratique.

Acquis d'apprentissage :

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

- 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.

Compétence(s) évaluée(s) :

Compétence 3 - Inscrire sa pratique dans une réflexion critique, citoyenne et responsable

Compétence 4 - Mobiliser les 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) :

3.2 - Mesurer les enjeux de ses pratiques professionnelles

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

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

Eval. Janvier

Examen écrit

Eval. Juin

non

2ème session

Examen écrit

Eval. Plan B

Idem

Support(s) de cours :

Syllabus, slides, vidéos et autres documents sur Teams, notes personnelles.

Discipline : Psychologie 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				
Cycle	Bachelier en Communication				
Niveau	Bloc 3	Pondération de l'UE	100 points		
Obligatoire/Option	Obligatoire				
Responsable UE	Axel Druart - a.druart@isfsc.be				

Cette UE est composée de 8 AA :

Une activité « Réalité professionnelle » au choix entre :

- 3C21H Scénarisation audiovisuelle
- 3C22H Communication socio-culturelle
- 3C23H Journalisme et information
- 3C24H Communication corporate

Une activité « Analyse de cas » au choix entre :

- 3C25H Production événementielle
- 3C26H Production audiovisuelle
- 3C27H Production digitale
- 3C28H Production éditoriale

Prérequis / Co-requis : Aucun

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

3C21H - Scénarisation audiovisuelle

Volume Horaire

36

Crédits ECTS

3

Période

Q.1

Pondération AA

60 points

Titulaire(s) : Nathalie De Norre - n.denorre@isfsc.be

Descriptif de l'activité :

L'objectif de cette activité est d'apprendre à construire une histoire, qu'il s'agisse de reportages (journal) ou magazines, de vidéos, de pubs, de documentaires ou de fictions. Toute histoire se base sur des schémas (conscients ou pas) narratifs plus ou moins complexes. Il s'agit de les reconnaître et les décoder. Identifier les personnages principaux, les forces en présence, les émotions (pathos). Analyse de différentes techniques visuelles, textuelles, sonores par le biais de divers intervenants, professionnels de la narration (scénaristes, auteurs, journalistes...) qui partageront leur savoir et leur expérience. Etude de la représentativité, de l'interprétation dans la scénarisation, de la position du public et de la déontologie.

Acquis d'apprentissage :

À l'issue de ce cours, l'étudiant sera capable de décoder la trame et tous les éléments qui interviennent dans un scénario de manière critique, d'analyser la "mise en scène" audiovisuelle qui se cache derrière une histoire ou un programme. Il aura l'opportunité d'imaginer, écrire, séquencer un scénario court dans un format donné (pub, vidéo, reportage...).

Compétence(s) évaluée(s) :

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

Capacité(s) évaluée(s) :

4.2 Comprendre le fonctionnement des domaines de l'information, de la communication, de l'univers des médias et de la culture

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

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

Eval. Janvier

travail pratique

Eval. Juin

non

2ème session

travail pratique

Eval. Plan B

analyse de cas

Support(s) de cours :

Notes et extraits

Discipline : Méthodologie et techniques de la Communication

3C22H - Communication socio-culturelle

Volume Horaire

36

Crédits ECTS

3

Période

Q.1

Pondération AA

60 points

Titulaire(s) : Jérôme Ramacker - j.ramacker@isfsc.be

Descriptif de l'activité :

Loin de son image amateuriste et sans moyen, la communication socio-culturelle relève d'enjeux bien plus complexes ancrés dans la réalité de notre société. Il ne s'agit pas de vendre un produit mais de valoriser un projet. Il n'est pas question de clients mais de citoyens, de spectateurs, de publics engagés. Les thématiques sont aussi variées que les arts. Cela nécessite de comprendre les spécificités du secteur pour concevoir des solutions de communication cohérentes et créatives. L'objectif du cours est d'analyser et pousser la réflexion sur les pratiques actuelles et à venir. Chaque séance abordera une thématique (telle que l'inclusion, la médiation culturelle ou la transition écologique) et son impact sur la communication, à l'aide de méthodes variées (atelier, visite, invité, vidéo, débat, classe inversée...).

Acquis d'apprentissage :

Au terme de l'activité, l'étudiant(e) sera capable de comprendre les enjeux de communication en lien avec l'actualité du secteur, d'analyser les pratiques et outils (imprimés, en ligne, in situ), de proposer des solutions cohérentes avec les publics et objectifs.

Compétence(s) évaluée(s) :

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

Capacité(s) évaluée(s) :

3.2 Mesurer les enjeux de ses pratiques professionnelles

3.3 Participer à l'évolution de son environnement professionnel

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

Eval. Janvier

présence au cours
+examen écrit

Eval. Juin

Non

2ème session

Examen écrit

Eval. Plan B

dossier à remettre

Support(s) de cours :

Slides de cours (Teams) et synthèses collaboratives (Wiki)

Discipline : Méthodologie et techniques de la Communication

3C23H - Journalisme et information

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

Titulaire(s) : Pascal Laviolette - p.laviolette@isfsc.be, Julien Vlassenbroek - j.vlassenbroek@isfsc.be

Descriptif de l'activité :

Le cours vise à perfectionner les étudiants dans les matières liées à la profession de journaliste écrit, radio, télé et web notamment par la pratique et l'exercice du terrain mais aussi par la rencontre de professionnels du secteur. On aborde donc autant les techniques que l'univers de la presse d'information.

Acquis d'apprentissage :

Au terme de l'activité, l'étudiant aura renforcé ses connaissances du secteur de la presse d'information et aura renforcé ses compétences en termes de techniques journalistiques : écriture, montage, enquête, reportage, etc.

Eval. Janvier

Travail écrit

Eval. Juin

Non

2ème session

Travail écrit

Eval. Plan B

Travail écrit

Support(s) de cours : Pas de support.

Discipline : Méthodologie et techniques de la Communication

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) :

3.2 - MESURER LES ENJEUX DE SA PRATIQUE PROFESSIONNELLE

4.2 - COMPRENDRE LE FONCTIONNEMENT (SOCIOLOGIQUE, ECONOMIQUE, HISTORIQUE, CULTUREL ET POLITIQUE) DES DOMAINES DE L'INFORMATION, DE LA COMMUNICATION, DES MÉDIAS, DE LA CULTURE

4.3 - UTILISER DES MÉTHODES D'ANALYSE SPÉCIFIQUES AUX DOMAINES DE L'INFORMATION, DE LA COMMUNICATION, DES MÉDIAS, DE LA CULTURE

3C24H - Communication corporate

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

Titulaire(s) : Axel Druart - a.druart@ifsc.be, Pierre Guilbert - p.guilbert@ifsc.be

Descriptif de l'activité :

Au travers du cours de Communication Corporate, il s'agira de découvrir les logiques des pratiques professionnelles dans l'optique de promouvoir l'image et les valeurs des organisations (entreprises, institutions et associations) tant en interne (auprès de la direction, des employés, des actionnaires, etc.) qu'en externe (auprès du public, des partenaires, des clients, des pouvoirs publics, etc.). En effet, dans la réalité professionnelle, un expert en communication est souvent amené à faire preuve de déduction, tout en tenant compte de la déontologie de la profession et des règles éthiques. Cela consiste en la mise en œuvre stratégique de solutions pour transmettre les valeurs de la marque ou de l'organisation, indépendamment de sa stratégie commerciale ou de sensibilisation des biens et services qu'elle propose. La communication corporate fait aujourd'hui partie intrinsèque du métier de communicant, tant au niveau matériel que relationnel. Elle mobilise ainsi de nombreux outils pour délivrer son message et ses valeurs : les happenings, la publicité, les incentives, l'interactivité en ligne, le sponsoring ou le mécénat, le lobby politique ou d'opinion publique, les relations internationales, les conférences/galas, ou encore les relations publiques et presse. Au travers d'études de cas, d'expériences en temps réel et d'analyses de mauvaises et bonnes pratiques d'influence, l'étudiant sera capable de déceler tout mécanisme de transmission de valeurs, aussi bien en interne qu'en externe, tous sous-secteurs d'activité confondus, et ainsi de mettre en place les techniques de réponses adéquates.

Cette activité est ainsi divisée en 2 parties : Communication Externe : (60% - 24h) - Cette partie permet d'approfondir les théories sur les mécanismes et stratégies de communication externe mises en place par les organisations (au sens large) et d'en analyser le bienfondé ou d'y détecter les techniques de manipulation afin d'appréhender le métier de communicant avec un niveau de réflexion et de connaissances spécifiques. Communication interne : (40% - 12h) - Cette partie permet de faire preuve de déduction dans la mise en œuvre stratégique d'une solution de communication interne au sein d'une entreprise afin notamment de renforcer l'adhésion des équipes aux challenges de l'organisation et de pouvoir faire face à toute gestion de crise en interne. La maîtrise de l'offre actuelle de logiciels pour la communication en ligne, qui se substitue aux réunions et entretiens classiques en présentiel, y est également abordée.

Acquis d'apprentissage :

Au terme des séances dédiées à la communication externe, l'étudiant sera capable de :

- Comprendre et analyser les pratiques corporate 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.

Au terme des séances dédiées à la communication interne, l'étudiant sera capable de :

- Comprendre le fonctionnement et les mécanismes d'une organisation, prise au sens large, ainsi que les différents rôles qu'on trouvera en son sein ;
- Comprendre le rôle du Top Management d'une organisation (ou d'une équipe) en matière d'absolue nécessité d'assurer une communication interne et dans ce sens, comprendre les bénéfices d'une (bonne) communication interne et les ravages que peut provoquer l'absence de celle-ci ;
- Concevoir, proposer et mener un processus de communication interne répondant aux enjeux spécifiques de chaque organisation.

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) :

2.1 - Comprendre les concepts, le vocabulaire et les codes professionnels

Eval. Janvier

Examen écrit théorique et de réflexion (en deux parties)

Eval. Juin

Examen écrit théorique et de réflexion (en deux parties)

2ème session

Examen écrit théorique et de réflexion (en deux parties)

Eval. Plan B

Examen écrit portant uniquement sur la théorie

Support(s) de cours :

Disponibles sur TEAMS : PowerPoint des séances, Vidéos audios, documentations, fiches pratiques + Notes individuelles

Discipline : Méthodologie et techniques de la Communication

3C25H - Production événementielle

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

Titulaire(s) : Noémie De Clercq - n.declercq@isfsc.be

Descriptif de l'activité :

L'objectif de cette activité est d'appréhender les métiers de l'événementiel. Grâce au cours et aux intervenant-es, l'étudiant-e obtient une vue 360° de ce secteur pour ainsi y faire ses premiers pas dès l'obtention de son diplôme. Cette activité comporte une partie théorique qui reprendra toutes les étapes nécessaires au bon fonctionnement d'un événement, la constitution d'une équipe complémentaire, ainsi que des méthodes de préparation (budget, rétroplanning, recherche de financement, etc) et d'évaluation d'un événement. La partie pratique réside en l'invitation d'intervenant-es qui font état de leur parcours, de leurs motivations et difficultés dans le secteur. Comme pour la partie théorique, les étudiant-es sont acteur-rices du contenu du cours : ils-elles doivent poser des questions et être réactifs face aux intervenant-es. La partie pratique apportée par les intervenant-es complète donc la partie théorique, grâce à des exemples concrets : un large type d'événements sera abordé, afin d'appréhender toutes les facettes et métiers de ce secteur.

Tout au long du cours, une grande place sera donnée au style social de l'étudiant-e : grâce à un questionnaire rempli lors du premier cours, chaque personne obtiendra un style social qui lui permettra de comprendre ses compétences et comment elle interagit avec les autres personnes d'une équipe. Chaque intervenant-e remplit également le questionnaire et le résultat sera communiqué aux étudiant-es qui pourront s'identifier plus facilement aux personnes invitées.

Acquis d'apprentissage :

Au terme de cette activité, l'étudiant-e sera à même de :

- Comprendre et d'analyser un événement avec des critères pratiques de sponsoring sur événement, communication de l'événement (mix-média) ;
- Comprendre quelles seront ses atouts dans une future équipe de projet dans ce secteur et comment réagir face aux autres membres de celle-ci ;
- Concevoir un événement de manière globale grâce aux outils appris en cours ;
- Connaître les réalités du terrain et pouvoir réagir face aux difficultés et imprévus liés au secteur de l'événementiel.

Compétence(s) évaluée(s) :

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

Compétence 2 - INTERAGIR AVEC SON MILIEU PROFESSIONNEL

Capacité(s) évaluée(s) :

2.1 - Comprendre les concepts, le vocabulaire et les codes professionnels

2.2 - Connaître et utiliser les techniques inhérentes aux professions visées

3.2 - Mesurer les enjeux de ses pratiques professionnelles

Eval. Janvier

Eval. Juin

2ème session

Eval. Plan B

Examen écrit de réflexion

Non

Travail écrit

Travail écrit

Support(s) de cours : Notes personnelles prises lors des cours et des interventions, slides de cours postées par la titulaire

Discipline : Méthodologie et techniques de la Communication

3C26H - Production audiovisuelle

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

Titulaire(s) : Julie Binsztok - j.binsztok@isfsc.be

Descriptif de l'activité :

24 heures de cours pour tendre l'oreille et ouvrir les yeux sur une multitude de programmes audio-visuels de divers formats. Appuyer sur la touche «Pause» et faire un arrêt sur les contenus et formes, ces deux aspects témoignant des valeurs, tendances et modalités de récit d'une époque, d'une société. Donner les pistes pour acquérir une culture audiovisuelle qui permette de développer ses propres projets ou tout simplement pour décoder avec un œil de lynx et une oreille de sioux, les arcanes de la production, de la réalisation, en professionnel et /ou en consommateur avisé. Ce cours sera l'occasion de rencontrer de nombreux professionnels afin que chacun.e construise une vision kaléidoscopique de l'univers de l'audiovisuel. Au programme: Cinéma : Découverte de la Cinémathek (présentation du lieu dont ses missions, son musée, + brève histoire de l'évolution technique du cinéma) + exposé sur "cinéma et propagande" 2. Le documentaire : être producteur, être réalisateur: vécus professionnels sur base de productions visionnées 3. Le cadre déontologique, normatif, CSA et autres structures institutionnelles du paysage de l'AV. 4. L'analyse de productions: pq? comment? pour quoi faire? Construction intuitive versus grilles d'analyse. 5. Nouveau modèle de gestion de la RTBF (dont rapport aux publics) / TV/ Radio/ Web et conception transmedia des programmes.

Acquis d'apprentissage :

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

- décoder les mécaniques et enjeux des productions AV ;
- élargir le spectre d'analyse et de compréhension d'un programme
- s'orienter vers un éventail de productions variées-connaître l'écosystème de l'AV en FWB (structures, protagonistes, vocabulaire/jargon d'usage)

Compétence(s) évaluée(s) :

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

Capacité(s) évaluée(s) :

3.2 Mesurer les enjeux de ses pratiques professionnelles

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

Eval. Janvier

orale

Eval. Juin

non

2ème session

orale ou écrite, selon commande

Eval. Plan B

travail écrit

Support(s) de cours :

Notes personnelles prises lors des cours et des interventions, slides de cours postées par la titulaire, les programmes visionnés, les ressources/lectures recommandées par la titulaire

Discipline : Méthodologie et techniques de la Communication

3C27H - Production digitale

Volume Horaire

24

Crédits ECTS

2

Période

Q.1

Pondération AA

40 points

Titulaire(s) : Eva Sirgi - e.sirgi@isfsc.be

Descriptif de l'activité :

Le cours de production digitale a pour objectif d'éclairer les étudiants sur la définition du digital et des possibilités qu'offre ce domaine en matière de communication. A travers 24h de cours, les étudiants pourront découvrir différents métiers qui se sont développés grâce à l'utilisation du digital et qui se sont fait connaître grâce à la communication digitale ainsi que différents acteurs qui pourront partager leurs expériences, stratégies et conseils dans leur domaine professionnel respectif.

Acquis d'apprentissage :

Au terme des cours, l'étudiant.e aura compris ce qu'est le digital et comment il peut être utilisé en fonction des différents objectifs recherchés ou domaines concernés. L'étudiant.e sera capable de développer des idées de stratégies de communication digitale pour divers corps de métiers ou entreprises.

Compétence(s) évaluée(s) :

COMPETENCE2-INTERAGIRAVECSONMILIEUPROFESSIONNEL
COMPETENCE 6 - GÉRER UN PROJET DE COMMUNICATION ET D'INFORMATION DANS SA GLOBALITÉ

Capacité(s) évaluée(s) :

2.1 Comprendre les concepts, le vocabulaire et les codes professionnels

6.4 Mettre en œuvre des techniques, des procédures et des supports de communication adaptés à un public donné

Eval. Janvier

Oral

Eval. Juin

Non

2ème session

Oral

Eval. Plan B

Analyse de cas

Support(s) de cours :

Notes personnelles prises lors des cours et des interventions, slides de cours postées par la titulaire, les programmes visionnés, les ressources/lectures recommandées par la titulaire.

Discipline : Méthodologie et techniques de la Communication

3C28H - Production éditoriale

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

Titulaire(s) : Gilles Ernoux - g.ernoux@isfsc.be

Descriptif de l'activité :

Au travers des 24 heures de cours l'étudiant·e assiste à dix conférences proposées par des journalistes professionnel·le·s qui présentent les réalités économiques et/ou stratégiques, les choix éditoriaux, philosophiques, de leurs écrits - physiques ou digitaux. À travers leur présentation et celle de leur média, les différentes intervenant·e·s issu·e·s de rédaction militante, associative, culturelle, sportive ou encore destinée à la jeunesse apportent des exemples concrets du travail d'une rédaction. La présentation de ces cas a pour ambition de permettre aux étudiant·e·s de développer et d'affiner la vision qu'elles et ils ont de la presse écrite physique ou digitale.

Acquis d'apprentissage :

Concevoir une production éditoriale en l'inscrivant dans un paysage médiatique contrasté en tenant compte de réalités financières, subsidiaires et d'un public cible spécifique.

Compétence(s) évaluée(s) :

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

COMPETENCE 5 INFORMER, SENSIBILISER ET DIVERTIR DANS LES DOMAINES DE L'INFORMATION, DE LA COMMUNICATION, DES MÉDIAS ET DE LA CULTURE

Capacité(s) évaluée(s) :

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

3.2 Mesurer les enjeux de ses pratiques professionnelles

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

Eval. Janvier

Travail

Eval. Juin

Non

2ème session

Travail

Eval. Plan B

Travail

Support(s) de cours :

Notes personnelles prises durant les exposés des intervenants, productions des intervenants : journaux, magazines, sites web...

Discipline : Méthodologie et techniques de la Communication

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 3	Pondération de l'UE	100 points		
Obligatoire/Option	Obligatoire				
Responsable UE	Raphaël Guilbert - r.guilbert@isfsc.be				

Cette UE est composée de 2 AA :

3C31H - Business plan, budgétisation et financement de projets et de start-up

3C32H - E-Marketing et com digitale

Prérequis / Co-requis : Aucun

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

3C31H - Business plan, budgétisation et financement de projets et de start-up

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

Titulaire(s) : Raphaël Guilbert - r.guilbert@isfsc.be

Descriptif de l'activité :

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

Table des matières : introduction : la conception d'un businessplan ou d'un dossier de production // les écosystèmes et les chaînes de valeur // l'étude du contexte // l'estimation de la demande // l'étude de la concurrence // l'analyse des risques // les modèles d'affaires / la construction du budget // la détermination du besoin de financement // la cartographie des types de financement accessibles, dont le financement participatif (crowdfunding) et le sponsoring // les aspects juridiques du projet : statut de l'entreprise et des membres de l'équipe, contrats de travail, contrats de (co)production, de distribution...

Acquis d'apprentissage :

Au terme de l'activité, 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

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) :

2.1 - Comprendre les concepts, le vocabulaire et les codes professionnels

2.2 - Connaître et utiliser les techniques inhérentes aux professions visées

6.3 - Rédiger un cahier des charges et prendre en compte le coût et le financement d'un projet de communication

Eval. Janvier

Travail à créer seul ou par équipe = 5 points
QCM = 15 points

Eval. Juin

Non

2ème session

Travail à créer seul ou par équipe = 5 points
QCM = 15 points

Eval. Plan B

Idem

Support(s) de cours : Syllabus

Discipline : Economie et Statistiques

3C32H - E-Marketing et com digitale

Volume Horaire

36

Crédits ECTS

3

Période

Q.1

Pondération AA

60 points

Titulaire(s) : Laurence Wilmet - l.wilmet@isfsc.be

Descriptif de l'activité :

L'objectif est de présenter et de mettre en pratique les principaux canaux/outils du e-marketing et de la communication digitale, afin de permettre aux étudiants d'élaborer une stratégie de communication digitale. L'e-marketing et la communication digitale dans son contexte plus global (rôle au sein du marketing, utilisateurs, omnicanalité, multiplicité des outils). Compréhension du parcours d'achat et du tunnel de conversion. Définition des objectifs et descriptibles. Etablir sa présence en ligne : la combinaison des médias détenus, gagnés et payants. Générer du trafic de manière organique : SEO et content marketing. Générer du trafic payant : la publicité digitale. Construire sa relation client : l'email marketing et autres canaux 'directs'. Rédiger du contenu : les spécificités du digital. Mesurer/Analyser/Tracer les principaux concepts vus au cours seront directement mis en pratique au travers d'exercices sur papier ou directement dans les outils.

Acquis d'apprentissage :

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

- de comprendre les différents concepts et la terminologie du marketing digital;
- d'établir une stratégie digitale répondant aux besoins et aux objectifs du client tout au long du parcours d'achat;
- d'actionner les différents canaux en fonction de leur spécificité;
- d'identifier les différentes composantes d'une présence digitale;
- de mesurer la performance de ses actions.

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.

6.1 - Concevoir et exploiter des stratégies de communication

6.7 - Mobiliser des outils d'évaluation

Eval. Janvier

Exercices fait au cours
(évaluation par les pairs) et
Examen QCM

Eval. Juin

Non,

2ème session

Exercices fait au cours (évaluation
par les pairs) et Examen QCM

Eval. Plan B

Exercices fait au cours
(évaluation par les pairs)
et Examen QCM

Support(s) de cours :

Powerpoint vus au cours, Syllabus et Cahier d'exercices

Discipline : Economie et Statistiques

Crédits ETCS	20	Implantation	ISFSC - Rue de la Poste 111 - 1030 Bruxelles		
Volume Horaire	438	Niveau CFC	6	Période	Q.1 & Q.2
Langue(s)	français				
Cycle	Bachelier en Communication				
Niveau	Bloc 3	Pondération de l'UE	400 points		
Obligatoire/Option	Obligatoire				
Responsable UE	Laetitia Pottiez - l.pottiez@isfsc.be				

Cette UE est composée de 2 AA :

3C41H - Stage 2

3C42H - Identité professionnelle 2

Prérequis / Co-requis : 2CU2H (stage 1)

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)

3C41H - Stage 2

Volume Horaire	Crédits ECTS	Période	Pondération AA
420	18	Q.1 & Q.2	360 points

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

Descriptif de l'activité :

L'activité 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. 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.

Acquis d'apprentissage :

Au terme de l'activité d'enseignement, l'étudiant 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'approprier les valeurs et les règles déontologiques propres à chaque métier de l'information et de la communication.

Eval. Janvier

Non

Eval. Juin

Cote stage pondérée
par le MF

2ème session

Cote stage pondérée
par le MF

Eval. Plan B

Cote stage pondérée
par le MF

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

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

Capacité(s) évaluée(s) :

Mesurer les enjeux de ses pratiques professionnelles

Participer à l'évolution de son environnement professionnel

Concevoir et exploiter des stratégies de communication

3C42H - Identité professionnelle 2

Volume Horaire	Crédits ECTS	Période	Pondération AA
18	2	Q.1 & Q.2	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 différents "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 ;
- Elaborer des outils personnels pour la prospection et la négociation professionnelle ;
- Rendre compte de la réalité professionnelle observée ;
- Evaluer ses apprentissages et ses réalisations personnelles.

Eval. Janvier

Non

Eval. Juin

Cote pondérée par le MFP-Jury de pratique professionnelle

2ème session

Cote pondérée par le MFP-Jury de pratique professionnelle

Eval. Plan B

Cote pondérée par le MFP-Jury de pratique professionnelle

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) :

Connaître et utiliser les techniques inhérentes aux professions visées

Mesurer les enjeux de ses pratiques professionnelles

Crédits ETCS	20	Implantation	ISFSC - Rue de la Poste 111 - 1030 Bruxelles		
Volume Horaire	400	Niveau CFC	6	Période	Q.1 & Q.2
Langue(s)	français				
Cycle	Bachelier en Communication				
Niveau	Bloc 3	Pondération de l'UE	400 points		
Obligatoire/Option	Obligatoire				
Responsable UE	Véronique Hanquet - v.hanquet@isfsc.be				

Cette UE est composée de 2 AA :

3C51H - Préparation au TFE (oral et écrit)

3C52H - Travail de fin d'études

Prérequis / Co-requis : Aucun

Critère 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

3C51H - Préparation au TFE (oral et écrit)

Volume Horaire	Crédits ECTS	Période	Pondération AA
18	2	Q.1 & Q.2	40 points

Titulaire(s) : Pascale Gany - p.gany@isfsc.be, Julie Binsztok - j.binsztok@isfsc.be

Descriptif de l'activité :

Le séminaire est divisé en neuf séances. Six séances sont dispensées sur les aspects concrets liés à la préparation du TFE (travail écrit) :

- Construire sa recherche et son analyse.
- Concevoir une proposition stratégique pertinente.
- Réaliser un outil de communication.

Trois séances sont consacrées à la préparation de la défense orale du TFE (jury).

- le choix des éléments à présenter lors du jury ;
- l'attendu quant au support visuel et à sa gestion lors du jury ;
- les exercices pour améliorer la confiance en soi et la prise de parole.

Acquis d'apprentissage :

Au terme de cette activité, l'étudiant.e sera capable d'initier le processus "recherche" nécessaire à son TFE, de recueillir des données et de les analyser afin de nourrir le travail d'élaboration d'un objet concret, attendu en fin de TFE. L'étudiant.e sera aussi capable de présenter correctement la partie orale de

son TFE, en ayant mis à profit les enseignements quant à la forme et à la structuration de son propos..

Compétence(s) évaluée(s) :

Compétences 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.

Capacité 5.2 : Identifier les publics cible et leurs besoins spécifiques.

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

Eval. Janvier

Non

Eval. Juin

la cote de cette AA sera identique à celle du TFE

2ème session

la cote de cette AA sera identique à celle du TFE

Eval. Plan B

Idem

Support(s) de cours :

notes de cours et slides

Discipline : Méthodologie et techniques de la Communication

3C52H - Travail de fin d'études

Volume Horaire	Crédits ECTS	Période	Pondération AA
96	18	Q.1 & Q.2	360 points

Titulaire(s) : Véronique Hanquet - v.hanquet@isfsc.be

Descriptif de l'activité :

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, 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.

Acquis d'apprentissage :

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

- mener une recherche documentaire dans le cadre de son sujet de TFE ;
- mener des interviews auprès de professionnels, confronter les sources, les pratiques communicationnelles et de 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 ;
- de concevoir et de produire un dispositif ou un outil de communication de présenter le résultat de sa recherche et de sa solution pratique lors d'une défense orale devant un jury professionnel de répondre à des questions face à un jury professionnel ;
- assumer seul une présentation ;
- maîtriser sa communication professionnelle.

Compétence(s) évaluée(s) :

Compétence 6 - Gérer un projet de communication et d'information dans sa globalité.

Capacité(s) évaluée(s) :

- 6.1 - Concevoir et exploiter des stratégies de communication.
- 6.3 - Rédiger un cahier des charges et prendre en compte le coût et le financement d'un projet de communication.
- 6.4 - Mettre en œuvre des techniques, des procédures et des supports de communication adaptés à un public donné.

Eval. Janvier

Non

Eval. Juin

Travail écrit + jury oral

2ème session

Travail écrit + jury oral

Eval. Plan B

Idem

Support(s) de cours : Consignes via Teams

Discipline : Méthodologie et techniques de la Communication