

2021  
22

devenir  
~~spectateur~~  
acteur  
de l'information  
et de la  
communication

BACHELIER  
COMMUNICATION

ISFSC

INFORMER,  
SENSIBILISER,  
TRANSMETTRE,  
FAIRE CONNAÎTRE,  
VALORISER,  
PROMOUVOIR.

LA COMMUNICATION  
EST UN SECTEUR  
AUX MULTIPLES  
FACETTES. IL ÉVOLUE  
ET SE TRANSFORME  
AU RYTHME DES  
ÉVOLUTIONS  
TECHNOLOGIQUES  
ET SOCIÉTALES.

Si la communication fait partie intégrante de notre quotidien, bien communiquer au service d'une institution, d'une entreprise ou d'une personne nécessite la mise en place de stratégies finement pensées. De la construction d'un message au choix de son canal de diffusion, 1001 paramètres devront être analysés et soupesés pour toucher la cible en plein sens. Cela demande rigueur et inventivité, patience et audace.

Notre bachelier en communication forme en trois ans des communicants polyvalents, capables de concevoir, de développer et d'évaluer des stratégies crossmédias, des supports et des contenus tant informationnels que communicationnels. Aussi bien dans le traditionnel que le digital.

# Notre formation, axée sur la pédagogie du projet, amène l'étudiant à quitter son statut de spectateur pour devenir un véritable acteur de l'information et de la communication.



20 SEMAINES  
DE STAGES

3 PROJETS

A l'image du secteur de la communication, notre programme n'est pas figé. Il s'ajuste constamment aux réalités, aux exigences et aux mutations du monde professionnel en intégrant les pratiques digitales et sociales, les stratégies cross et transmédias afin de répondre au mieux aux exigences du monde professionnel. Combinant des approches théoriques, méthodologiques et pratiques, la formation invite les étudiants à s'interroger sur les implications de ces mutations pour les institutions, les associations, les entreprises et les citoyens.

## Votre/notre formation théorique

Les cours théoriques dressent les contours, posent le contexte, apportent une mise en perspective et plantent des bases solides à la réflexion. Ils ouvrent des portes qui enrichiront votre pratique sous l'angle de la sociologie, l'économie, la philosophie, l'histoire, la psychologie et les sciences de la communication.

## Vos/nos projets

Imaginer, concevoir, penser, se confronter, tester, ajuster, évaluer, réinventer: voilà le sens et l'objectif de la pédagogie du projet.

Les concepts se réfléchissent, prennent forme et s'articulent autour de réalisations journalistiques, publicitaires et communicationnelles. Les années sont construites autour de projets concrets qui permettent de pratiquer et de vivre activement les enseignements.

**BLOC 1** — Deux projets: création d'une plateforme d'information journalistique et mise en place d'un projet de communication événementielle. Mener ces deux projets permet aux étudiants de découvrir les ressorts de la fabrication de l'information et de la gestion de projet événementiel mais aussi de

se découvrir eux-mêmes par le prisme du travail en équipe, et ce, en préparation des deux stages à venir.

**BLOC 2** — Conception d'une stratégie de communication crossmédia et de tous les supports y intervenant: briefing d'agence, plan média, spot télé, spot radio, affichage, brochure, stratégie digitale, etc.

**BLOC 3** — Les cours à option du bloc 3 permettent de se spécialiser dans un secteur en particulier, grâce à l'analyse de cas et une approche réflexive des réalités professionnelles. Pour couronner le tout, un travail de fin d'études (le projet des projets) permet aux étudiants de montrer l'éventail de leurs compétences, de leur professionnalisme et de leur créativité.

## Vos/nos ateliers

Avant de concevoir, il est nécessaire de tester, de tenter et d'essayer pour apprendre. Les ateliers sont des lieux d'expérimentation des mots, du verbe, de l'expression, du son, de l'image, de l'impact, de l'absence d'impact, du sens et de la pertinence. En classe, en studio ou en salle informatique, toujours en petit groupe, les étudiants s'approprient les techniques, le matériel et les logiciels. Citons entre autres les ateliers d'expressions orale et corporelle, d'écriture, de radio, de vidéo, de photo, de graphisme, de mise en page, d'écriture web, de communication multimédia, ...



**Les métiers  
dans chaque  
secteur**

**LES AGENCES DE COMMUNICATION  
ÉVÉNEMENTIELLE**

Concepteur, chef de projet, chargé de communication événementielle, organisateur d'événements (culturels, artistiques, institutionnel...) ...

---

**LE DIGITAL**

Community manager, chef de projet, digital planner, responsable éditorial web, marketing d'influence, chargé de référencement web ...

---

**L'AUDIOVISUEL**

Journaliste, assistant de production ...

---

**LES ENTREPRISES**

Responsable de la communication interne et externe, attaché de presse, porte-parole, chargé des relations publiques ...

---

**LE DOMAINE CULTUREL**

Attaché de presse, assistant de production, chargé de projet ...

---

**LES INSTITUTIONS ET LES ORGANISATIONS**

Attaché de presse, responsable de la communication, porte-parole, responsable de l'éducation permanente, chef de projet ...

---

**LES AGENCES DE PUBLICITÉ**

Account manager, copywriter, mediaplanner ...

---

**LE POLITIQUE**

Responsable de la communication, attaché de presse, chargé des relations publiques ...

---

**LA PRESSE ECRITE**

Journaliste (papier, web et image), rédacteur en chef, chef d'édition, assistant de rédaction ...

---

**LA RADIO**

Journaliste, animateur, assistant de production ...

## Vos/nos stages

Pratiquer, s'exercer, s'immerger: 2 stages qui totalisent 20 semaines, répartis sur le deuxième et le troisième bloc, pour découvrir le terrain, s'imprégner des codes et des pratiques, et construire son projet professionnel. Les stages sont encadrés par des Maîtres de formation pratique, de la recherche à l'évaluation, et font l'objet d'une convention entre la structure, l'étudiant et l'institut. Les objectifs à atteindre et les responsabilités s'intensifient tout au long du parcours.

### BLOC 2

1 stage (8 semaines)

### BLOC 3

1 stage (12 semaines)

## Passerelles

Au terme de son bachelier en Communication, l'étudiant diplômé peut entrer de plain-pied dans la vie active ou choisir de prolonger son parcours d'apprentissage. Plusieurs passerelles (vers le type long ou vers l'université) sont possibles avec ou sans complément de programme. Vous trouverez le contenu du programme de notre master conjoint avec l'Université Saint-Louis sur notre site internet.

## Mobilité/ bidiplomation

Pour ouvrir davantage son horizon professionnel, l'étudiant peut envisager de réaliser une partie de son parcours en Flandre (Gand ou Anvers) ou à l'étranger: Espagne, France, Italie, Mexique, Pays-Bas, Pérou, Pologne, Portugal, Roumanie, Suède.

Il est également possible de faire son stage dans un autre pays européen, en Afrique, en Amérique du Nord ou en Amérique latine.

Les partenariats évoluent, n'hésitez donc pas à consulter notre site pour avoir davantage d'informations sur les cours et/ou les stages à l'étranger.

[www.isfsc.be](http://www.isfsc.be)

HAUTE ÉCOLE  
ICHEC-ECAM-ISFSC  
RUE DE LA POSTE, 111  
1030 BRUXELLES  
02.227.59.00  
INFO@ISFSC.BE

## UNITÉS D'ENSEIGNEMENT ET ACTIVITÉS D'ENSEIGNEMENT

### Bloc 1

	Heures	Crédits	Quanti
<b>Langues étrangères 1</b>	<b>60</b>	<b>5</b>	<b>1&amp;2</b>
Langue étrangère majeure au choix:			
Anglais professionnel (niveau A2)	42	4	1&2
Néerlandais professionnel (niveau A2)			
Langue étrangère mineure au choix:			
Certification digitale en langues 1	18	1	1&2
<b>Projet 1 : Journalisme</b>	<b>108</b>	<b>10</b>	<b>1</b>
Techniques d'interview	12	1	1
Langage et écriture journalistique	24	2	1
Projet journalistique d'information sociale	48	5	1
Recherche documentaire et veille médiatique	24	2	1
<b>Projet 2 : Communication événementielle</b>	<b>132</b>	<b>10</b>	<b>1&amp;2</b>
Atelier de création événementielle	60	5	2
Méthode de gestion de projet événementiel	24	2	2
Expression verbale et non-verbale	12	1	2
Outils informatiques de la communication (Office)	36	2	1&2
<b>Stratégies de la communication</b>	<b>60</b>	<b>5</b>	<b>2</b>
Technologies de l'information et de la communication	24	2	2
Stratégies de la communication et analyse de campagnes transmédia	36	3	2
<b>Analyses sociétales</b>	<b>68</b>	<b>5</b>	<b>1&amp;2</b>
Initiation à la démarche philosophique	16	1	1
Initiation à la démarche sociologique	16	1	2
Psychologie et communication	36	3	1
<b>Paysage de la communication</b>	<b>54</b>	<b>5</b>	<b>2</b>
Secteurs et métiers de la communication	30	3	2
Théories de la communication	24	2	2
<b>Economie politique et critique historique</b>	<b>60</b>	<b>5</b>	<b>2</b>

  

	Heures	Crédits	Quanti
<b>Philosophie et sociologie</b>	<b>60</b>	<b>5</b>	<b>1</b>
Philosophie des médias et de la communication	36	3	1
Sociologie générale	24	2	1
<b>Arts contemporains et pratiques culturelles</b>	<b>48</b>	<b>5</b>	<b>1</b>
Histoire des arts contemporains et du design	24	3	1
Exploration de la création musicale et des univers sonores	12	1	1
Ecriture créative	12	1	1
<b>Institutions politiques et droit</b>	<b>60</b>	<b>5</b>	<b>1</b>
Institutions et politiques publiques	36	3	1
Droit de l'information et des médias	24	2	1
<b>Ateliers médias</b>	<b>60</b>	<b>5</b>	<b>1&amp;2</b>
Vidéo 2	36	3	1&2
Atelier au choix:	24	2	1&2
Radio et podcast			
Photo (prise de vue et bases techniques)			
<b>Total</b>	<b>814</b>	<b>60</b>	
<b>Bloc 3</b>			
<b>Langue étrangère 3</b>	<b>48</b>	<b>5</b>	<b>1</b>
Langue étrangère majeure au choix:			
Anglais professionnel (niveau B1/B2)	24	3	1
Néerlandais professionnel (niveau B1/B2)			
Langue étrangère mineure au choix:	24	2	1
Certification digitale en langues 3			
<b>Anthropologie et sociologie</b>	<b>60</b>	<b>5</b>	<b>1</b>
Anthropologie au choix:			
Anthropologie critique	24	2	1
Anthropologie culturelle			

