

# devenir actrice et 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.**

**Notre bachelier en communication forme en trois ans des communicantes et des communicants polyvalents, capables de concevoir, de développer et d'évaluer des stratégies de communication, des supports et des contenus tant informationnels que communicationnels.**

**Notre formation amène les étudiantes et étudiants à devenir actrices et acteurs de l'information et de la communication. Le programme de cours combine une approche théorique, méthodologique et pratique, et répond aux exigences du monde professionnel, notamment en intégrant les nouvelles pratiques digitales liées aux technologies de l'information et de la communication.**

**Notre formation est articulée  
autour de cours théoriques  
solides et de la pratique  
professionnelle, des  
fondements nécessaires à la  
construction d'une vie  
professionnelle responsable,  
critique et réflexive.**



**20 SEMAINES  
DE STAGES**

**3 PROJETS**

En tant que formation professionnalisante, la pratique est au cœur de nos enseignements, via la pédagogie du projet, les ateliers et les stages. Mais la réalité de plus en plus complexe du secteur demande également des cours théoriques solides. Ceux-ci apportent les fondements nécessaires à la construction d'une vie professionnelle responsable, sachant combiner des aptitudes d'analyse critique et réflexive à des capacités d'intervention. Pour les bacheliers et bacheliers diplômés qui désirent accéder à un master, ils les préparent également à poursuivre leurs études universitaires.

## Formation à l'esprit critique et analytique

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 enrichissent la pratique professionnelle des étudiantes et étudiants sous l'angle de la sociologie, l'économie, la philosophie, l'histoire, l'art, la culture, la psychologie et les sciences de la communication.

### Projets

Imaginer, concevoir, penser,

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

Chaque année est construite autour de projets concrets qui permettent de pratiquer et de vivre activement les enseignements.

**BLOC 1** — le projet de communication événementielle. Mener ce projet permet aux étudiantes et étudiants de découvrir la gestion de projets événementiels mais aussi de se découvrir elles- et eux-mêmes par le prisme du travail en équipe, et ce en préparation des deux stages à venir.

**BLOC 2** — stratégie de communication crossmédia : les étudiantes et étudiants conçoivent et réalisent en - équipe - une campagne publicitaire : briefing, médiaplanning, création de supports graphiques (affiches, brochures...), site internet, stratégie digitale, etc. Cette campagne est présentée et évaluée lors d'un jury final.ésentée et évaluée lors d'un jury final.

**BLOC 3** — l'étudiante ou l'étudiant réalise son Travail de Fin d'Etudes (TFE) sur la base d'un questionnaire dans le domaine de l'information ou de la communication. Ce travail comprend d'une part l'approche analytique de la problématique de départ et d'autre part la réalisation d'un support de

communication ou d'information répondant à cette problématique, le tout ancré dans la réalité professionnelle. Il est présenté devant un jury qui apprécie les résultats des recherches, la pertinence de la recommandation stratégique et valide l'acquisition des compétences finales du parcours de formation.

### Ateliers

Avant de concevoir, il est nécessaire de tester pour apprendre. Les ateliers sont des lieux d'expérimentation des mots, du verbe, de l'expression, des sons, des images, de l'impact, des pratiques, du sens, de la pertinence. En classe, en studio, ou en salle informatique, toujours en petits groupes, les étudiantes et étudiants s'approprient les techniques, le matériel et les logiciels, notamment dans les ateliers d'expression orale et corporelle, d'écriture, de son, de vidéo, de photographie, de graphisme, de conception web et de stratégie digitale.

### Spécialisation

Les cours à choix permettent d'acquérir des connaissances et des techniques spécifiques à un secteur ou un métier de la communication et de l'information. Ils ouvrent des perspectives sur certaines compétences tout en nourrissant le projet professionnel de l'étudiante ou de l'étudiant.

**BLOC 2** — les cours à choix permettent de développer des compétences spécifiques en écriture journalistique, créative ou digitale par la pratique en atelier.

**BLOC 3** — les cours de spécialisation permettent d'approfondir une pratique, un métier ou un secteur tels que l'audiovisuel, la communication corporate, le journalisme, le socio-culturel, le digital, l'événementiel ou la production éditoriale via l'analyse de cas et une approche réflexive plus poussée autour des pratiques et des enjeux contemporains.

# Les métiers dans chaque secteur

## LES AGENCES DE COMMUNICATION ÉVÉNEMENTIELLE

Cheffe ou chef de projet, chargée ou chargé de communication événementielle, organisatrice ou organisateur d'événements (culturels, artistiques, institutionnels...) ...

### LE DIGITAL

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

### L'AUDIOVISUEL

Journaliste, assistante ou assistant de production ...

### LES ENTREPRISES

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

### LE DOMAINE CULTUREL

Attachée ou attaché de presse, assistante ou assistant de production, chargée ou chargé de projet ...

### LES INSTITUTIONS ET LES ORGANISATIONS

Attachée ou attaché de presse, responsable de la communication, porte-parole, responsable de l'éducation permanente, cheffe ou chef de projets ...

### LES AGENCES DE PUBLICITÉ

Account manager, copywriter, mediaplanner, strategic planner ...

### LE POLITIQUE

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

### LA PRESSE ECRITE

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

### LA RADIO

Journaliste, animatrice ou animateur, assistante ou assistant de production ...

## Stages

Notre formation prévoit deux moments dédiés à l'immersion en milieu professionnel : un stage encadré de 8 semaines en bloc 2 et de 12 semaines en bloc 3. Ces deux stages ont des objectifs pédagogiques spécifiques et évolutifs. Ils permettent non seulement aux étudiantes et étudiants de diversifier leurs expériences de terrain pour construire leur identité professionnelle mais aussi d'aborder de manière progressive le monde du travail et ses exigences. Ils leur permettent également de se spécialiser dans un ou deux secteurs de la communication et/ou dans un métier. Ces stages sont encadrés et évalués, ce qui amène les étudiantes et étudiants à porter un regard réflexif sur leur pratique, à l'inscrire dans la réalité professionnelle et à la faire progresser

## Et après

Au terme de son bachelier en Communication, la bachelière ou le bachelier peut entrer de plain-plein dans la vie active et exercer en tant que responsable de la communication au sein d'une organisation (entreprise, culture, politique, institutionnel), chargé ou chargée de projet au sein d'une agence (communication 360°, événementiel, activation, web, marketing digital, rp...), community manager, attaché ou attachée de presse, journaliste en presse écrite, audiovisuelle ou digitale...

Le parcours de formation peut également être prolongé vers le type long ou l'université, où plusieurs passerelles sont possibles (avec ou sans complément de programme), notamment vers notre master co-diplomation en Stratégie de la communication et culture numérique avec l'UCLouvain Saint-Louis Bruxelles.

## Mobilité

Pour ouvrir davantage l'horizon professionnel des étudiantes et étudiants, différents partenariats permettent de réaliser une partie du cursus en Flandre (Gand ou Anvers) ou à l'étranger : Espagne, France, Italie, Mexique, Pays-Bas, Pérou, Pologne, Portugal, Roumanie, Suède..

- Erasmus + : dans le cadre du programme Erasmus, il existe à l'ISFSC des possibilités de formation dans plusieurs institutions européennes d'enseignement supérieur. Les partenariats évoluent constamment pour correspondre au mieux aux intérêts des étudiants.
- Stage à l'étranger : il est également possible de faire le 2e stage encadré dans un autre pays européen ou sur un autre continent.

[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