



**Master 120 en Stratégie de la
communication et culture numérique**

Pourquoi s'inscrire au master ?

- Devenir de véritables **stratèges** de la communication
- Maîtriser la **culture numérique** de manière professionnelle et créative
- L'**horaire décalé** pour pouvoir travailler en parallèle
- La **co-diplomation** USL-B et ISFSC
- La pédagogie **active** au service d'une formation théorique poussée
- Les **enseignant·e·s** : académiques et professionnel·le·s de la communication
- Se former aux métiers et **futurs métiers** de la communication
- Le **stage** de 8 semaines avec un accompagnement de proximité
- Une formation en petit comité pour une expérience plus **personnalisée**
- L'ambiance et l'accessibilité du **centre de Bruxelles**

Quelques liens utiles... car tout est en ligne

- Le programme détaillé des cours de master : <https://uclouvain.be/prog-2023-comb2m>
- Les conditions d'admission (avec la liste des cours complémentaires) : <https://cdn.uclouvain.be/cdn-osis/ppe/2023/esp/documents/fc-stratcom-23-24.pdf>
- L'option « master » en Bloc3 Comu ISFSC (inscription à l'ISFSC) : <https://www.isfsc.be/communication/> (onglet « grille de cours ») ou <https://www.isfsc.be/wp-content/uploads/2023/03/Option-Master.pdf>
- L'admission/inscription APRES le baccalauréat : <https://www.usaintlouis.be/sl/465.html>
- L'horaire :
 - Master : lundi, mardi, jeudi de 17h30 à 21h; samedi en journée
 - Cours complémentaires : jour ou mercredi/vendredi soir
 - Détails : <https://uclouvain.be/etudier/horaire-choix-de-programme.html?programme=comb2m>
(soon on your screen...)
- La VAE (valorisation des acquis de l'expérience) : <https://www.usaintlouis.be/sl/3411.html>
- Brochure : <https://www.isfsc.be/wp-content/uploads/2022/10/Brochure-MASTER-22-23-version-isfsc.be-p.p..pdf>

Quelques titres de mémoires 2023

- Étude de l'impact des interviews promotionnelles sur l'image des chanteuses urbaines francophones
- Les égéries au cœur des stratégies digitales des marques de luxe
- L'INFLUENCE DE L'ALGORITHME FACEBOOK DANS LE PROCESSUS D'INFORMATION
- La construction identitaire des ONG à l'ère du numérique
- La génération Z et la publicité sur Facebook : L'impact des connaissances sur l'attention et la mémorisation
- La personnalisation politique sur les réseaux sociaux en Belgique. Les stratégies de personnalisation déployées par les politiciens belges sur Instagram et la perception des électeurs à cet égard
- Les enjeux démocratiques liés à l'influence de Google sur les contenus éditoriaux des éditeurs de presse
- « Make Instagram, Instagram again », ou quand les créateurs de contenus résistent au changement sur Instagram. Théories intuitives d'algorithmes et ingénierie de la visibilité, dans un contexte de résistance au changement technologique
- IMPACT DE LA GÉNÉRALISATION DE L'UTILISATION DES TIC SUR LA SOCIABILISATION DES SOURDS ET LEUR PARTICIPATION À DES ÉVÉNEMENTS POUR SOURDS. Étude de la communauté Sourde selon une approche culturelle du handicap.
- La représentation médiatique des femmes noires à la télévision