

maîtriser les innovations de la communication

MASTER
EN STRATÉGIE
DE LA
COMMUNICATION
ET CULTURE NUMÉRIQUE

ISFSC

**Le master en
Stratégie de la
communication et culture
numérique forme des
cadres aptes à gérer
l'innovation continue dans
les métiers de la
communication web.**

Le master 120 (horaire décalé) en Stratégie de la communication et culture numérique a pour vocation de former des communicants capables d'appréhender la communication de manière stratégique et critique. Il permet de développer des compétences d'analyse et d'élaboration de projets de communication pour les entreprises, les organisations, les associations, etc. en intégrant de manière optimale les qualités d'interaction, de collaboration et de participation de la culture numérique.

Cette culture numérique est en constante évolution et les métiers de la communication se doivent d'évoluer avec elle. C'est pourquoi notre master propose une approche globale des enjeux numériques, couvrant les aspects sociaux, économiques, techniques, psychologiques, anthropologiques, politiques, stratégiques, juridiques et éthiques.

Cette ouverture permet d'aborder la communication numérique dans toute sa complexité, avec exigence et professionnalisme...



**CO-ORGANISATION
CODIPLOMATION**

Ce programme de haut niveau prend appui sur les expertises et expériences de la Haute Ecole Groupe ICHEC - ECAM - ISFSC et de l'UCLouvain Saint-Louis – Bruxelles (co-organisation et codiplomation). Il allie un enseignement universitaire adossé aux développements de la recherche, une formation pratique en prise avec les réalités du monde professionnel et une pédagogie du projet spécialisée dans la communication multimédia.

Compétences à l'issue de ce master

Au terme du master, les diplômées et diplômés seront aptes à :

- Gérer la présence de l'organisation sur les médias sociaux et collaboratifs
- Maîtriser les méthodes, les outils et les canaux de communication interactive et collaborative
- Mobiliser la direction, le personnel et les partenaires d'une organisation autour de projets de communication interactive et collaborative
- Mobiliser et produire des connaissances en communication interactive et collaborative de façon pertinente et méthodique, dans le cadre d'une réflexion critique ou d'un projet de recherche

Les métiers

Les diplômées et diplômés exerceront des responsabilités au sein d'une institution publique, d'une entreprise ou d'une association non marchande, soit dans une position de cadre interne, soit dans une position de supervision ou de consultance.

Ils seront amenés à travailler dans des équipes pluridisciplinaires, dans des fonctions telles que

Social media manager

Community manager

Digital campaign manager

Cheffe ou chef de projets mobiles

Cheffe ou chef de projet webmarketing

Experte ou expert SMO/SEO

Responsable de la veille stratégique

Content manager

...

Les débouchés du master ne se limitent toutefois pas à ces exemples étant donné que certains métiers auxquels conduit le master n'existent pas encore. Le dépassement de cette inconnue fait partie de nos objectifs: l'approche globale proposée par le master apprend aux diplômées et diplômés à s'adapter, à anticiper et à intégrer le changement, et même d'être à l'initiative des nouveaux métiers de la communication.

Les institutions partenaires

ISFSC

Situé à l'intersection des quartiers Botanique/église Royale Sainte Marie, l'Institut Supérieur de Formation Sociale et de Communication (ISFSC) fait partie de la Haute École Groupe "ICHEC-ECAM-ISFSC".

On y trouve à la fois des formations de type court, de type long, en horaire décalé, en formation initiale et en formation continue. .

En quelques chiffres, la Haute École "ICHEC-ECAM-ISFSC" c'est 4300 étudiantes et étudiants de 60 nationalités différentes, 26 formations, 400 enseignants, 1700 offres de stage par an et 4 campus proches du centre de Bruxelles. L'ISFSC représente le département transdomaine "information et communication sociales - sciences politiques et sociales" de la Haute Ecole. On y forme des bacheliers dans 3 sections : assistant social, communication et écriture multimédia. C'est une école supérieure à taille humaine, où les étudiantes et étudiants sont au centre de leur formation grâce aux nombreux ateliers, projets et stages.

ULS-B

L'**UCLouvain Site Saint-Louis - Bruxelles** est spécialisée dans les sciences humaines et sociales. Située au cœur de la ville, le site Saint-Louis Bruxelles compte aujourd'hui quelques 4000 étudiants répartis en 4 Facultés et 1 Institut.

Onze programmes de bachelier y sont organisés en cours du jour avec des filières plurilingues pour 6 d'entre eux, 2 en horaire décalé, 2 masters 120, 6 masters de spécialisation, 8 domaines de doctorat et 18 programmes de formation continue.

Saint-Louis met son expérience dans l'enseignement de la communication et l'organisation de programmes à horaire décalé au service de ce nouveau master co-organisé avec l'ISFSC. En effet, la Faculté des sciences économiques, sociales, politiques et de la communication propose déjà un bachelier universitaire en information et communication avec des déclinaisons unilingue, bilingues et trilingue. De plus, l'institution a également beaucoup investi dans l'enseignement à horaire décalé, tant au niveau des bacheliers que des masters de spécialisation.

Plus globalement, l'Université dispose d'une équipe d'enseignant-es-chercheur-es et de réseaux de partenaires, en Belgique et à l'international, non seulement en communication mais également dans d'autres disciplines, dont l'expérience pédagogique et les activités de recherche enrichissent, de diverses manières, le master en Stratégie de la communication et culture numérique.

Stages

L'étudiante ou l'étudiant réalise un stage d'une durée de 8 semaines dans une organisation de son choix

(entreprise, association, administration, agence de consultance, espace de mobilisation sociale ou de coworking, fablab...).

Ce stage est l'occasion pour l'étudiant de s'intégrer activement aux activités du lieu de stage, de confronter ses acquis théoriques à la pratique professionnelle et de s'interroger sur les compétences qu'il a acquises.

Le séminaire de pratique (15 heures) balise la recherche du lieu de stage, l'organisation pratique de celui-ci telle que précisée dans la convention de stage, le suivi de son bon déroulement et enfin la rédaction du rapport de stage. Les outils méthodologiques préconisés sont le partage de l'expérience (mise en commun des stagiaires), l'observation de terrain, l'analyse critique argumentée et la rédaction d'un rapport.

Le stage peut se réaliser sur le lieu de travail ou dans un centre de recherche, moyennant certaines conditions. Le stage s'effectue au cours de la deuxième année de master, idéalement au cours du second semestre. Toutefois, en fonction du projet défini dans la convention de stage, cette organisation peut être modifiée.

Contacts et inscriptions

À L'UCCLOUVAIN
SAINT-LOUIS - BRUXELLES :

Caroline Dewez
Adjointe au décanat
de la Faculté ESPO
caroline.dewez@uclouvain.be

www.uclouvain.be

Diplôme

Diplôme délivré par l'UCLouvain Site Saint-Louis – Bruxelles et la Haute École Groupe ICHEC – ECAM - ISFSC.

Programme: 2e cycle

Horaire: les cours se donnent à l'heure décalée les lundis, mardis et jeudis en soirée, ainsi que les samedis.

En fonction de la formation initialement suivie, des cours complémentaires (max. 45 crédits) peuvent être ajoutés au programme. Ceux-ci sont organisés en journée, ainsi qu'en soirée (mercredi et/ou vendredi).

Crédits: 120

Localisation: Bruxelles-centre, quartier Botanique.

Publics cibles:

- Les adultes en reprise d'études désireux de réorienter leur carrière, d'approfondir certains aspects de leur métier ou de prendre un recul analytique par rapport à leur environnement et à leurs pratiques ;
- Les étudiantes et étudiants porteur-es d'un diplôme en communication ou similaire, de type court ou de type long, souhaitant développer une carrière professionnelle dans ce domaine.

Conditions
d'accès

HAUTE ÉCOLE ET ENSEIGNEMENT SUPÉRIEUR ARTISTIQUE

1^{er} cycle de type court:

Communication, écriture multimédia, relations publiques, marketing, E-business, bibliothécaire-documentaliste, gestion des ressources humaines, arts du spectacle et techniques de diffusion et de communication : multimédia.

> Accès avec complément de formation déterminé par le jury d'admission de 30 à 45 crédits.

1^{er} cycle de type long :

Communication appliquée

> Accès avec complément de formation déterminé par le jury d'admission de maximum 15 crédits

2^{ème} cycle de type long:

Master en communication appliquée, master en presse et information.

> Accès inconditionnel

ENSEIGNEMENT UNIVERSITAIRE

1^{er} cycle universitaire:

Information et communication.

> Accès inconditionnel

2^{ème} cycle universitaire:

Information et communication (master ou licence), communication, journalisme.

> Accès inconditionnel

AUTRES DIPLÔMES OU PARCOURS

Sur dossier:

Notamment en sciences politiques, sciences humaines et sociales, sociologie et anthropologie, sciences économiques et de gestion, ingénieur de gestion, traduction et interprétation

- Accès inconditionnel ou avec complément de formation de maximum 45 crédits.

- Possibilité d'activer le processus de valorisation des acquis de l'expérience (VAE) pour adultes en reprise d'études (au moins cinq années d'activités).

- La maîtrise de la langue française (B2) est examinée par le jury d'admission.

Grille des cours

Intitulé de l'UE

Ma.1 Ma.2 Heures

Unités d'enseignement développant les connaissances théoriques

| | | | |
|--|---|---|----|
| Identité numérique et enjeux sociaux | 5 | | 45 |
| Psycho-anthropologie des médias sociaux et collaboratifs | 5 | | 30 |
| Théories de la participation en communication | 5 | | 30 |
| Droit et déontologie de la communication numérique | | 5 | 30 |
| Modèles économiques des plateformes numériques | | 5 | 30 |

Unités d'enseignement développant les compétences technologiques

| | | | |
|---|---|--|----|
| Traitement de données sur Internet | 5 | | 45 |
| Fondements et architectures des réseaux informatiques et socio-numériques | 5 | | 45 |

Unités d'enseignement développant les compétences stratégiques

| | | | |
|---|---|---|----|
| Stratégies de la communication numérique | 5 | | 30 |
| Nouvelles dynamiques de travail dans l'organisation connectée | 5 | | 30 |
| Gestion de projets | 5 | | 30 |
| Méthodologie et architecture de la communication numérique | 8 | | 45 |
| Marketing numérique | | 5 | 30 |
| Veille, prospective, créativité et innovation | | 8 | 45 |
| Laboratoire en culture numérique : explorations interdisciplinaires | | 8 | 45 |

Unité d'enseignement consacrée à l'intégration professionnelle

| | | | |
|-------|--|----|----|
| Stage | | 13 | 15 |
|-------|--|----|----|

Unités d'enseignement développant les compétences de recherche

| | | | |
|--|---|----|----|
| Méthodes de recherche en communication numérique | 5 | | 30 |
| Mémoire et séminaire d'accompagnement au mémoire 1 | 7 | | 18 |
| Mémoire et séminaire d'accompagnement au mémoire 2 | | 16 | 12 |