

A Bruxelles Saint-Louis - 120 crédits - 2 années - Horaire décalé - En françaisMémoire/Travail de fin d'études : **OUI** - Stage : **OUI**Activités en anglais: **OUI** - Activités en d'autres langues : **NON**Activités sur d'autres sites : **NON**Domaine d'études principal : **Information et communication**Organisé par: **Faculté des sciences économiques, sociales, politiques et de la communication Saint-Louis (ESPO-SaintLouis)**Sigle du programme: **COMB2M** - Cadre francophone de certification (CFC): 7**Table des matières**

Introduction	2
Profil enseignement	4
Compétences et acquis au terme de la formation	4
Structure du programme	5
Programme	5
Programme détaillé par matière	5
Enseignements supplémentaires	7
Prérequis entre cours	9
Cours et acquis d'apprentissage du programme	9
Informations diverses	10
Conditions d'accès	10
Pédagogie	14
Evaluation au cours de la formation	14
Mobilité et internationalisation	14
Formations ultérieures accessibles	14
Gestion et contacts	15

COMB2M - Introduction

INTRODUCTION

Introduction

En tant que (futur-e) communicant-e, vous désirez apprendre à développer des stratégies de communication adaptées et percutantes basées sur une maîtrise professionnelle et créative du numérique ? Alors ce master est fait pour vous !

Le master 120 en horaire décalé en Stratégie de la communication et culture numérique (en abrégé "Stratégie de la communication") a pour vocation de **former des communicant-es** 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 l'envisage comme un élément central nécessitant un enseignement spécifique.

Ce programme de haut niveau est proposé **conjointement** (co-organisation et co-diplomation) par l'Institut Supérieur de Formation Sociale et de Communication de la Haute Ecole ICHEC – ECAM – ISFSC et par l'UCLouvain Saint-Louis – Bruxelles, cette dernière étant l'institution référente. Le programme allie, d'une part, un enseignement universitaire adossé à la recherche scientifique, et, d'autre part, un solide ancrage dans les réalités du monde professionnel, notamment grâce au stage et à plusieurs enseignements dispensés par des praticien-nes de la communication.

Les enseignements se donnent **en horaire décalé** à raison de trois soirs par semaine, ainsi que les samedis (demi-journée ou journée complète). Les cours se déroulent à **Bruxelles**, pour la plupart dans les locaux de l'UCLouvain Saint-Louis – Bruxelles 43 Boulevard du Jardin botanique 1000 Bruxelles).

Votre profil

Le master en Stratégie de la communication et culture numérique est destiné à toute personne souhaitant développer ou renforcer ses compétences en gestion de la communication interne et externe, en donnant à son parcours une tonalité plus stratégique et numérique. Le master s'adresse en particulier :

- aux personnes déjà actives dans la vie professionnelle qui souhaitent se réorienter ou approfondir leurs connaissances en communication numérique ;
- aux étudiant-es ayant un diplôme de bachelier d'une université ou d'une haute école et qui souhaitent poursuivre leur formation à un niveau de master dans le domaine de la communication.

Les différentes **conditions d'accès** applicables en fonction du parcours de l'étudiant-e sont expliquées sur la page [conditions d'accès](#). Les demandes d'admission s'introduisent auprès de l'UCLouvain Saint-Louis – Bruxelles.

Cette formation ouvre le droit au **congé éducation payé**, pour les travailleurs et travailleuses du secteur privé.

Votre futur job

Le master en stratégie de la communication forme des gestionnaires de projets ou de contenus capables d'analyser et d'élaborer une stratégie communicationnelle en intégrant les différents aspects du numérique dans les organisations. Les diplômé-es pourront exercer des fonctions de décision et de supervision au sein d'une institution publique, d'une entreprise ou d'une association non marchande, soit dans une position de middle management interne, soit dans une position de consultance.

Les débouchés du master peuvent tourner autour des activités suivantes: Social Media Management, Social Media Strategy, Content Management, Content Strategy, Conversation & Community Management, Content Marketing, Digital Communication, Digital Strategy, etc.

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 diplômé-es à s'adapter, à anticiper et à intégrer le changement, et même d'être à l'initiative des nouveaux métiers de la communication.

Votre programme

Un programme de 120 crédits, en horaire décalé

Le master en Stratégie de la communication et culture numérique compte 120 crédits et se donne en horaire décalé. Il propose une approche globale de la communication numérique, 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.

En fonction de la formation initiale de l'étudiant-e, il n'est pas rare qu'une formation complémentaire soit ajoutée au programme standard de 120 crédits. Celle-ci compte un maximum de 45 crédits, puisés dans les programmes de bachelier de l'UCLouvain Saint-Louis – Bruxelles, soit en journée, soit en soirée. Les UE complémentaires permettent aux étudiant-es d'approfondir leurs connaissances en théories de la communication et/ou en méthodologies universitaires. Si la formation complémentaire compte plus de 30 crédits, un étalement de la formation sur trois ans doit être prévu. Vous trouverez toutes les informations sur ces formations complémentaires sur la page "Conditions d'admission".

Le stage

Le programme de master inclut la réalisation d'un stage d'une durée de huit semaines (13 crédits) dans une organisation à choisir par l'étudiant-e : entreprise, association, administration, agence de consultance, espace de mobilisation sociale, fablab...

Ce stage est l'occasion pour l'étudiant-e de s'intégrer activement aux projets de son lieu de stage, de confronter ses acquis théoriques à la pratique professionnelle et de s'interroger sur les compétences acquises.

Le stage est encadré par un séminaire de pratique qui balise la recherche du lieu de stage, l'organisation concrète 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.

Le stage peut se combiner au mémoire de fin d'étude et peut se faire, moyennant certaines conditions, sur le lieu de travail. Il peut aussi se mener dans un centre de recherche pour autant que les activités de recherche envisagées touchent directement aux problématiques du master.

Le travail de fin de cycle (mémoire)

Par ailleurs, le programme prévoit la réalisation d'un mémoire de fin d'études qui personnalise l'investissement intellectuel de l'étudiant-e dans les matières traitées durant le master.

Le mémoire témoigne de la capacité de l'étudiant-e à mobiliser des savoirs hautement spécialisés, à l'interface de plusieurs domaines, pour réaliser une recherche personnelle et originale, débouchant sur de nouveaux savoirs, de nouvelles procédures ou de nouvelles pratiques. Au travers de son mémoire, l'étudiant-e montre qu'elle-il est capable de construire une expertise propre contribuant à renouveler non seulement les savoirs mais aussi les pratiques et les stratégies professionnelles d'un ou plusieurs domaines (cf. le niveau 7 du Cadre Francophone des Certifications).

Le mémoire et le séminaire d'accompagnement au mémoire comptent pour un volume substantiel du programme puisqu'ils correspondent à un total de 23 crédits répartis sur les deux blocs annuels standardisés.

COMB2M - Profil enseignement

COMPÉTENCES ET ACQUIS AU TERME DE LA FORMATION

La formation débouche sur le titre de master de type long en Stratégie de la communication et culture numérique. Elle est organisée dans le cadre du Décret définissant le paysage de l'enseignement supérieur et l'organisation académique des études (7/11/2013) et correspond au niveau 7 du Cadre européen de certification. Le master vise le développement des compétences et acquis d'apprentissage suivants :

Au terme de ce programme, le diplômé est capable de :

Compétence 1.

Elaborer des stratégies de communication qui intègrent les différents aspects de la culture numérique.

1.1.

Analyser de manière critique la communication d'une organisation en prenant en compte son secteur d'activités et son contexte social, culturel, technologique, économique, politique et juridique.

1.2.

Définir les objectifs et établir une stratégie de communication en phase avec la stratégie de l'organisation en y insérant de façon optimale les qualités d'interaction, de participation et de collaboration de la culture numérique.

1.3.

Concevoir, mettre en Œuvre et diffuser des dispositifs de communication innovants, durables et inclusifs au sein de l'écosystème numérique de l'organisation.

1.4.

Veiller à ce que soit respecté le caractère légal, déontologique et éthique des pratiques de communication de l'organisation ; tenir compte de ses ressources et de ses contraintes humaines, économiques et techniques dans l'établissement de toute stratégie de communication.

1.5.

Mobiliser les procédés d'évaluation des dispositifs de communication les plus adéquats ; interpréter avec discernement les données de l'évaluation, y compris le retour d'expérience de l'utilisateur-trice ; prendre les mesures correctrices appropriées et les communiquer.

1.6.

Concevoir et mettre en Œuvre des dispositifs de veille stratégique ; mobiliser les résultats de la veille pour gérer le changement et orienter l'innovation dans les outils, les usages et les stratégies de communication de l'organisation.

Compétence 2.

Connaître et orchestrer les pôles technique, créatif et marketing des projets numériques en communication des organisations.

2.1.

Connaître les grands principes d'architecture, de fonctionnement et de sécurisation des réseaux informatiques et socionumériques d'une organisation, ainsi que les principales technologies informatiques.

2.2.

Connaître les outils, méthodes et principes esthétiques de scénarisation, de rédaction, d'édition et de gamification des contenus numériques.

2.3.

Connaître les caractéristiques, opportunités et contraintes des différents canaux numériques ; les intégrer de manière raisonnée dans un plan de communication.

2.4.

Connaître les techniques et méthodes d'optimisation du référencement, de la réputation et de l'animation des communautés en ligne.

2.5.

Maîtriser les principales techniques et méthodes de collecte, de stockage, de traitement et de visualisation des données.

2.6.

Associer de manière optimale les modalités de communication « en ligne » et « hors ligne » dans toute stratégie de communication.

Compétence 3.

Développer une culture numérique de l'organisation qui mobilise le management, les équipes et les partenaires autour des stratégies et des projets de communication.

3.1.

Conseiller les organes de décision de l'organisation sur les défis et les enjeux à la croisée de la communication et des innovations numériques (les objectifs et stratégies de communication, la communication comme levier managérial, la transformation numérique de l'organisation, etc.).

3.2.

Justifier, défendre et promouvoir des projets de communication, notamment auprès des organes de décision, depuis leur création jusqu'au reporting final (en ce compris le retour d'expérience de l'utilisateur-trice).

3.3.

Organiser la coopération, la collaboration et la participation autour des projets de communication, dans le cadre d'une organisation du travail hybride et évolutive ; encourager le partage des informations, des expériences et des innovations autour des projets de communication.

3.4.

Mettre en Œuvre un mode de gestion des projets et des équipes basé sur des techniques de collaboration numérique, une adaptation rapide aux changements endogènes et exogènes et une sensibilité aux enjeux de durabilité et d'inclusivité.

3.5.

Amorcer et accompagner la création de partenariats en intégrant des logiques culturelles diverses, y compris à un niveau international.

3.6.

Déceler les nouveaux besoins professionnels en communication créés par l'évolution de la société et des technologies numériques ; être à l'initiative de nouvelles pratiques ou de nouveaux métiers permettant de rencontrer ces nouveaux besoins.

Compétence 4.

Mobiliser et produire des connaissances en stratégie de la communication et en culture numérique de façon étayée et méthodique, dans le cadre d'une réflexion critique ou d'un projet de recherche.

4.1.

Posséder une connaissance approfondie des principales approches théoriques et méthodologiques de la recherche sur la communication et la culture numérique.

4.2.

A partir de savoirs multidisciplinaires, développer une réflexion critique et étayée sur les technologies numériques et leurs enjeux humains et sociétaux.

4.3.

Mener un projet de recherche original, en mobilisant avec discernement des ressources théoriques, méthodologiques et technologiques variées.

4.4.

Rendre compte d'une recherche et de ses résultats de façon claire, cohérente et structurée, par voie écrite et orale, et en respectant les exigences de la communication scientifique.

4.5.

Sur base de résultats de recherche, formuler des recommandations en matière de stratégie de communication de l'organisation et/ou conceptualiser de nouveaux dispositifs ou de nouvelles pratiques de communication.

4.6.

Actualiser ses savoirs et ses pratiques en mettant en Œuvre des techniques de veille sur les tendances et innovations communicationnelles et numériques.

STRUCTURE DU PROGRAMME

Les unités d'enseignement du **premier bloc** annuel standardisé permettent aux étudiant-e-s de développer leurs compétences théoriques, stratégiques, technologiques et de recherche dans le domaine de la communication numérique. C'est également durant le premier bloc que les étudiant-e-s posent les bases théoriques et méthodologiques de leur mémoire.

Le premier quadrimestre du **deuxième bloc** annuel standardisé poursuit ce cheminement, tandis que le deuxième quadrimestre du bloc 2 est principalement dédié à la réalisation du stage (13 crédits) et du mémoire (16 crédits).

COMB2M Programme

PROGRAMME DÉTAILLÉ PAR MATIÈRE

Tronc Commun

- Obligatoire
- ✂ Au choix
- △ Exceptionnellement, non organisé cette année académique 2024-2025
- ⊖ Non organisé cette année académique 2024-2025 mais organisé l'année suivante
- ⊕ Organisé cette année académique 2024-2025 mais non organisé l'année suivante
- △ ⊕ Exceptionnellement, non organisé cette année académique 2024-2025 et l'année suivante
- Activité avec prérequis
- 🌐 Cours accessibles aux étudiants d'échange
- 🌐 Cours NON accessibles aux étudiants d'échange
- [FR] Langue d'enseignement (FR, EN, ES, NL, DE, ...)

Cliquez sur l'intitulé du cours pour consulter le cahier des charges détaillé (objectifs, méthodes, évaluation, etc..)

Bloc
annuel

1 2

o Unités d'enseignement développant les connaissances théoriques

○ BCOMU2201	Identité numérique et enjeux sociaux	Renaud Maes Emmanuel Murhula Amisi Nashi	FR [q1] [45h] [5 Crédits] 🌐	X	
○ BCOMU2202	Psycho-anthropologie des médias sociaux et collaboratifs	Olivier Servais	FR [q1] [30h] [5 Crédits] 🌐	X	
○ BCOMU2205	Théories de la participation et communication	Marie Dufrasne	FR [q2] [30h] [5 Crédits] 🌐	X	
○ BCOMU2103	Droit et déontologie de la communication numérique	Caroline Carpentier	FR [q1] [30h] [5 Crédits] 🌐		X
○ BCOMU2104	Modèles économiques des plateformes numériques	Axel Gautier	FR [q1] [30h] [5 Crédits] 🌐		X

o Unités d'enseignement développant les compétences technologiques

○ BCOMU2115	Stratégies de traitement des données sur Internet	Robert Viseur	FR [q1] [45h] [5 Crédits] 🌐	X	
○ BCOMU2114	Fondements et architectures des réseaux informatiques et socionumériques		FR [q2] [45h] [5 Crédits] 🌐	X	

o Unités d'enseignement développant les compétences stratégiques

○ BCOMU2106	Stratégie de la communication numérique	Etienne Gonsette	FR [q1] [30h] [5 Crédits] 🌐	X	
○ BCOMU2110	Nouvelles dynamiques de travail dans l'organisation connectée	Isabelle Choquet	FR [q2] [30h] [5 Crédits] 🌐	X	
○ BCOMU2111	Gestion de projets	Marc Borry	FR [q1] [30h] [5 Crédits] 🌐	X	
○ BCOMU2107	Méthodologie et architecture de la communication numérique	Sébastien Nahon	FR [q2] [45h] [8 Crédits] 🌐	X	
○ BCOMU2108	Marketing numérique	Etienne Gonsette	FR [q1] [30h] [5 Crédits] 🌐		X
○ BCOMU2113	Veille, prospective, créativité et innovation	Isabelle Choquet	FR [q1] [45h] [8 Crédits] 🌐		X
○ BCOMU2109	Laboratoire en culture numérique: explorations interdisciplinaires ■	Fabien Castan Serge Dielens	FR [q1+q2] [45h] [8 Crédits] 🌐		X

o Unités d'enseignement développant les compétences de recherche

○ BCOMU2212	Research Methods in Digital Communication	Thomas Jacobs	EN [q2] [30h] [5 Crédits] 🌐	X	
○ BCOMU2217	Mémoire et séminaire d'accompagnement au mémoire 1	Laurence Mundschau (coord.) Geoffroy Patriarche (coord.)	FR [q1+q2] [] [7 Crédits] 🌐	X	
○ BCOMU2218	Mémoire et séminaire d'accompagnement au mémoire 2 ■	Laurence Mundschau (coord.) Geoffroy Patriarche (coord.)	FR [q1+q2] [] [16 Crédits] 🌐		X

Stage [120.0]

- Obligatoire
- ⊗ Au choix
- △ Exceptionnellement, non organisé cette année académique 2024-2025
- ⊙ Non organisé cette année académique 2024-2025 mais organisé l'année suivante
- ⊕ Organisé cette année académique 2024-2025 mais non organisé l'année suivante
- △ ⊕ Exceptionnellement, non organisé cette année académique 2024-2025 et l'année suivante
- Activité avec prérequis
- 🌐 Cours accessibles aux étudiants d'échange
- 🌐 Cours NON accessibles aux étudiants d'échange
- [FR] Langue d'enseignement (FR, EN, ES, NL, DE, ...)

Cliquez sur l'intitulé du cours pour consulter le cahier des charges détaillé (objectifs, méthodes, évaluation, etc..)

Bloc
annuel

1 2

o Une unité d'enseignement aux choix, consacrée à l'intégration professionnelle

○ BCOMU2116	Stage en stratégie de communication	Nathalie Van Cauberg	FR [q1+q2] [] [13 Crédits] 🌐	x
⊗ BCOMU2117	Stage de recherche	Geoffroy Patriarche	FR [q1+q2] [15h] [13 Crédits] 🌐	x

ENSEIGNEMENTS SUPPLÉMENTAIRES

Pour accéder à ce master, l'étudiant-e doit maîtriser certaines matières. Si ce n'est pas le cas, elle ou il se verra ajouter, par le Jury, au premier bloc annuel de son programme de master, les enseignements supplémentaires nécessaires.

- Obligatoire
- ⊗ Au choix
- △ Exceptionnellement, non organisé cette année académique 2024-2025
- ⊙ Non organisé cette année académique 2024-2025 mais organisé l'année suivante
- ⊕ Organisé cette année académique 2024-2025 mais non organisé l'année suivante
- △ ⊕ Exceptionnellement, non organisé cette année académique 2024-2025 et l'année suivante
- Activité avec prérequis
- 🌐 Cours accessibles aux étudiants d'échange
- 🌐 Cours NON accessibles aux étudiants d'échange
- [FR] Langue d'enseignement (FR, EN, ES, NL, DE, ...)

Cliquez sur l'intitulé du cours pour consulter le cahier des charges détaillé (objectifs, méthodes, évaluation, etc..)

Pour plus de précisions concernant les UE complémentaires à inscrire à votre programme annuel, veuillez consulter le [tableau détaillé](#).

⊗ Choix éventuel d'une unité d'enseignement parmi :

⊗ BPOLS1110	Information et communication	Geoffroy Patriarche	FR [q1] [30h+6h] [5 Crédits] 🌐
⊗ BPOLS1114	Communication science	Thomas Jacobs Elke Mahieu (supplée Thomas Jacobs)	FR [q1] [30h+15h] [5 Crédits] 🌐
⊗ BCOMU1318	Communication multimédia et technologies du web	Olivier Rasquinet	FR [q1] [45h] [5 Crédits] 🌐
⊗ BCOMU1250	Usage et réception des médias	Geoffroy Patriarche	FR [q1] [30h+14h] [5 Crédits] 🌐

⊗ Choix éventuel d'une unité d'enseignement parmi :

⊗ BCOMU1210	Communication, culture et interactions sociales	Geoffroy Patriarche	FR [q2] [30h+6h] [5 Crédits] 🌐
⊗ BCOMU1213	Intercultural communication	Greet De Baets	FR [q2] [30h] [5 Crédits] 🌐

⌘ **Choix éventuel d'une unité d'enseignement parmi :**

⌘ BCOMU1211	Corporate communication and public relations	Thomas Jacobs	FR [q1] [30h] [5 Crédits] 🌐
⌘ BCOMU1315	Communication et organisations	Agnès d'Arripe	FR [q1] [30h] [5 Crédits] 🌐
⌘ BSOCA1330	Méthodes de terrain: Observation et entretiens	Emmanuelle Lenel	FR [q1] [30h] [5 Crédits] 🌐
⌘ BHDPO1230	Méthodes de recherche en sciences sociales	Renaud Maes	FR [q1] [45h] [10 Crédits] 🌐
⌘ BHDPO1231	Statistique et analyse des données	Renaud Maes (supplée) Nicolas Marquis	FR [q1] [45h+15h] [10 Crédits] 🌐

PRÉREQUIS ENTRE COURS

Le **tableau** ci-dessous reprend les activités (unités d'enseignement - UE) pour lesquelles existent un ou des prérequis au sein du programme, c'est-à-dire les UE du programme dont les acquis d'apprentissage doivent être certifiés et les crédits correspondants octroyés par le jury avant inscription à cette UE.

Ces activités sont par ailleurs identifiées **dans le programme détaillé** : leur intitulé est suivi d'un carré jaune.

Prérequis et programme annuel de l'étudiant-e

Le prérequis étant un préalable à l'inscription, il n'y a pas de prérequis à l'intérieur d'un même bloc annuel d'un programme. Les prérequis sont définis entre UE de blocs annuels différents et influencent donc l'ordre dans lequel l'étudiant-e pourra s'inscrire aux UE du programme.

En outre, lorsque le jury valide le programme individuel d'un-e étudiant-e en début d'année, il en assure la cohérence :

- Il peut imposer à l'étudiant-e de combiner l'inscription à deux UE distinctes qu'il considère nécessaires d'un point de vue pédagogique
- En fin de cycle uniquement, il peut transformer un prérequis en corequis.

Pour plus d'information, consulter [le règlement des études et des examens](#).

Tableau des prérequis

BCOMU2109 "[Laboratoire en culture numérique: explorations interdisciplinaires](#)" a comme prérequis BCOMU2107

- BCOMU2107 - [Méthodologie et architecture de la communication numérique](#)

BCOMU2218 "[Mémoire et séminaire d'accompagnement au mémoire 2](#)" a comme prérequis BCOMU2217

- BCOMU2217 - [Mémoire et séminaire d'accompagnement au mémoire 1](#)

COURS ET ACQUIS D'APPRENTISSAGE DU PROGRAMME

Pour chaque programme de formation de l'UCLouvain, [un référentiel d'acquis d'apprentissage](#) précise les compétences attendues de tout-e diplômé-e au terme du programme. Les fiches descriptives des unités d'enseignement du programme précisent les acquis d'apprentissage visés par l'unité d'enseignement ainsi que sa contribution au référentiel d'acquis d'apprentissage du programme.

COMB2M - Informations diverses

CONDITIONS D'ACCÈS

Les conditions d'accès aux programmes de masters sont définies par le décret du 7 novembre 2013 définissant le paysage de l'enseignement supérieur et l'organisation académique des études.

Tant les conditions d'accès générales que spécifiques à ce programme doivent être remplies au moment même de l'inscription à l'université.

Sauf mention explicite, les bacheliers, masters et licences repris dans ce tableau/dans cette page sont à entendre comme étant ceux délivrés par un établissement de la Communauté française, flamande ou germanophone ou par l'Ecole royale militaire.

SOMMAIRE

- > [Conditions d'accès générales](#)
- > [Conditions d'accès spécifiques](#)
- > [Bacheliers universitaires](#)
- > [Bacheliers non universitaires](#)
- > [Diplômés du 2^e cycle universitaire](#)
- > [Accès par valorisation des acquis de l'expérience](#)
- > [Accès sur dossier](#)
- > [Procédures d'admission et d'inscription](#)

Bacheliers universitaires

Diplômes	Conditions spécifiques	Accès	Remarques
Bacheliers universitaires de l'UCLouvain			
Bachelier en information et communication (Bruxelles Saint-Louis) Bachelier en information et communication (français-anglais) (Bruxelles Saint-Louis) Bachelier en information et communication (français-néerlandais-anglais) (Bruxelles Saint-Louis) Bachelier en information et communication (Louvain-la-Neuve) Bachelier en information et communication (Mons)		Accès direct	
Bachelier en sciences politiques, orientation générale (Bruxelles Saint-Louis) Bachelier en sciences politiques, orientation générale (français-anglais) (Bruxelles Saint-Louis) Bachelier en sciences politiques, orientation générale (français-néerlandais-anglais) (Bruxelles Saint-Louis) Bachelier en sciences politiques, orientation générale (Louvain-la-Neuve) Bachelier en sciences politiques, orientation générale (Mons) Bachelier en sociologie et anthropologie (Bruxelles Saint-Louis) Bachelier en sociologie et anthropologie (français-anglais) (Bruxelles Saint-Louis) Bachelier en sociologie et anthropologie (français-néerlandais-anglais) (Bruxelles Saint-Louis) Bachelier en sociologie et anthropologie (Louvain-la-Neuve) Bachelier en sciences économiques et de gestion (Bruxelles Saint-Louis) Bachelier en sciences économiques et de gestion (français-anglais) (Bruxelles Saint-Louis) Bachelier en sciences économiques et de gestion (français-néerlandais-anglais) (Bruxelles Saint-Louis) Bachelier en sciences économiques et de gestion (Louvain-la-Neuve) Bachelier : ingénieur de gestion (Bruxelles Saint-Louis) Bachelier : ingénieur de gestion (français-anglais) (Bruxelles Saint-Louis)		Accès sur dossier	Les enseignements supplémentaires éventuels (maximum 45 crédits) peuvent être consultés dans le module complémentaire.

Bachelier : ingénieur de gestion (français-néerlandais-anglais)
(Bruxelles Saint-Louis)

Bachelier : ingénieur de gestion (Louvain-la-Neuve)

Bachelier : ingénieur de gestion (Mons)

Bachelier en sciences humaines et sociales (Louvain-la-Neuve)

Bachelier en sciences humaines et sociales (Mons)

Bachelier en traduction et interprétation (Bruxelles Saint-Louis)

Autres bacheliers de la Communauté française de Belgique (bacheliers de la Communauté germanophone de Belgique et de l'Ecole royale militaire inclus)

Bachelier en information et communication

Accès direct

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

[Accès sur dossier](#)

Les enseignements supplémentaires éventuels (maximum 45 crédits) peuvent être consultés dans le module complémentaire.

Bacheliers de la Communauté flamande de Belgique

Diplômes équivalents à ceux repris ci-dessus

[Accès sur dossier](#)

Moyennant la preuve d'un niveau B2 en français. Les enseignements supplémentaires éventuels (maximum 45 crédits) peuvent être consultés dans le module complémentaire.

Bacheliers étrangers

Diplômes équivalents à ceux repris ci-dessus de l'Union européenne.

[Accès sur dossier](#)

Moyennant la preuve d'un niveau B2 en français. Un niveau B2 en anglais est recommandé. Les enseignements supplémentaires éventuels (maximum 45 crédits) peuvent être consultés dans le module complémentaire.

Diplômes équivalents à ceux repris ci-dessus hors Union européenne.

[Accès sur dossier](#)

Moyennant la preuve d'un niveau B2 en français. Un niveau B2 en anglais est recommandé. Une distinction (14/20) sur la moyenne de cycle obtenue au diplôme est exigée. Les enseignements supplémentaires éventuels (maximum 45 crédits) peuvent être consultés dans le module complémentaire.

Bacheliers non universitaires

> En savoir plus sur les [passerelles](#) vers l'université

Voir également la section « [Accès sur dossier](#) » ci-dessous.

Pour les diplômes repris dans le tableau ci-dessous un niveau B2 en anglais est recommandé. Les enseignements supplémentaires éventuels représentent un maximum de 45 crédits.

Diplômes	Accès	Remarques
BA - assistant(e) social(e) - crédits supplémentaires entre 30 et 45	Les enseignements supplémentaires éventuels peuvent être consultés dans le module complémentaire .	Type court
BA - bibliothécaire-documentaliste - crédits supplémentaires entre 30 et 45		
BA - conseiller(ère) social(e) - crédits supplémentaires entre 30 et 45		
BA en Arts du spectacle et technique de diffusion et de communication: multimédia - crédits supplémentaires entre 30 et 45		
BA en arts plastiques, visuels et de l'espace: publicité - crédits supplémentaires entre 30 et 45		
BA en commerce extérieur - crédits supplémentaires entre 30 et 45		

BA en communication - crédits supplémentaires entre 30 et 45
 BA en e-business - crédits supplémentaires entre 30 et 45
 BA en écologie sociale - crédits supplémentaires entre 30 et 45
 BA en écriture multimédia - crédits supplémentaires entre 30 et 45
 BA en gestion des ressources humaines - crédits supplémentaires entre 30 et 45
 BA en informatique, orientation développement d'applications - crédits supplémentaires entre 30 et 45
 BA en marketing - crédits supplémentaires entre 30 et 45
 BA en publicité - crédits supplémentaires entre 30 et 45
 BA en relations publiques - crédits supplémentaires entre 30 et 45

Diplômés du 2° cycle universitaire

Diplômes	Conditions spécifiques	Accès	Remarques
Licenciés			
Licence en communication, en information et communication, en journalisme.		Accès direct	
Masters			
Master en communication, en information et communication, en journalisme, en sciences et technologies de l'information et de la communication.		Accès direct	
Master en traduction, en interprétation.		Accès sur dossier	Un niveau B2 en anglais est recommandé. Les enseignements supplémentaires éventuels (maximum 45 crédits) peuvent être consultés dans le module complémentaire.
Tous les diplômes de deuxième cycle universitaire de la Communauté flamande et de l'Union européenne équivalents à ceux repris ci-dessus.		Accès sur dossier	Moyennant la preuve d'un niveau B2 en français. Un niveau B2 en anglais est recommandé. Les enseignements supplémentaires éventuels (maximum 45 crédits) peuvent être consultés dans le module complémentaire.
Tous les diplômes de deuxième cycle universitaire hors Union européenne équivalents à ceux repris ci-dessus.		Accès sur dossier	Moyennant la preuve d'un niveau B2 en français. Un niveau B2 en anglais est recommandé. Une distinction (14/20) sur la moyenne de cycle obtenue au diplôme est exigée. Les enseignements supplémentaires éventuels (maximum 45 crédits) peuvent être consultés dans le module complémentaire.

Accès par valorisation des acquis de l'expérience

> Il est possible, à certaines conditions, de valoriser son expérience personnelle et professionnelle pour intégrer une formation universitaire sans avoir les titres requis. Cependant, la valorisation des acquis de l'expérience ne s'applique pas d'office à toutes les formations. En savoir plus sur la [Valorisation des acquis de l'expérience](#).

Pour ce master, adressez-vous au-à la conseiller-ère VAE de Saint-Louis Bruxelles : vae-slb@uclouvain.be.

Une condition indispensable pour que votre demande d'admission par VAE soit recevable : vous devez posséder au moins 5 années d'expérience personnelle et/ou professionnelle en lien avec la formation que vous souhaitez intégrer. Vous pouvez valoriser au maximum 2 années d'études supérieures réussies parmi les 5 années d'expérience exigées (2x60 crédits acquis).

Pour intégrer le Master [120] en stratégie de la communication et culture numérique (horaire décalé) par VAE, la procédure est la suivante :

1. Le-a candidat-e s'informe sur le [programme d'étude](#).
2. Il-elle prend contact avec le-la conseiller-ère VAE de Saint-Louis Bruxelles via vae-slb@uclouvain.be.
3. Il-elle constitue et dépose un dossier de demande d'admission avant le 5 septembre.
4. Le jury vérifie la recevabilité du dossier et, s'il le juge nécessaire, convie le-a candidat-e à un entretien (en présentiel ou distanciel).

5. En cas d'admission, le jury détermine les enseignements supplémentaires et les dispenses éventuelles qui constituent les conditions complémentaires d'accès au programme.
6. Le jury signifie sa décision.
7. En cas de décision d'admission, le-a candidat-e effectue les [démarches liées à son inscription à l'université](#).

Accès sur dossier

L'accès sur dossier signifie que, sur base du dossier soumis, l'accès au programme peut soit être direct, soit nécessiter des compléments de formation pour un maximum de 60 crédits ECTS, soit être refusé.

Sont notamment concernés par l'accès sur dossier :

- les diplômes de bacheliers de la Communauté française en communication appliquée, en assistant-e social-e, conseiller-ère social-e, en écologie sociale, en commerce extérieur, en informatique de gestion, en publicité, en arts plastiques, visuels et de l'espace : publicité. Un niveau B2 en anglais est recommandé.
- les diplômes équivalents aux "bacheliers non universitaires" (voir rubrique ci-dessus) de la Communauté flamande et de l'Union européenne : moyennant la preuve d'un niveau B2 en français ; un niveau B2 en anglais est recommandé.
- les diplômes équivalents aux "bacheliers non universitaires" (voir rubrique ci-dessus) hors Union européenne: moyennant la preuve d'un niveau B2 en français ; un niveau B2 en anglais est recommandé ; une distinction (14/20) sur la moyenne de cycle obtenue au diplôme est exigée.

Les enseignements supplémentaires éventuels (maximum 45 crédits) peuvent être consultés dans le [module complémentaire](#).

Procédures d'admission et d'inscription

Consultez le [Service des Inscriptions de l'université](#).

PÉDAGOGIE

Le master en stratégie de la communication propose diverses activités d'apprentissage, de mise en situation et de pratique professionnelle (stage). Grâce à une équipe d'intervenant-e-s aux expertises et expériences diverses, le programme allie une formation théorique et méthodologique poussée et un solide ancrage dans les réalités du monde professionnel.

Les UE du programme alternent des exposés ex cathedra et des moments d'analyse collective autour de sujets d'actualité ou de cas concrets (amenés par l'enseignant-e et/ou les étudiant-s). Les thématiques abordées nécessitent un suivi de l'actualité du monde numérique en évolution permanente. Des pédagogies de type classes inversées, expérimentations collectives et travaux de groupe sont également mises en place. D'une manière générale, le master propose une pédagogie active qui implique beaucoup de travail collaboratif en séances - comme cela se passe sur le terrain professionnel - et qui prend appui sur les intérêts, les connaissances et les expériences des participant-e-s.

EVALUATION AU COURS DE LA FORMATION

Les méthodes d'évaluation sont conformes au règlement des études et des examens. Plus de précisions sur les modalités propres à chaque unité d'apprentissage sont disponibles dans leur fiche descriptive, à la rubrique « Mode d'évaluation des acquis des étudiants ».

Les modalités d'évaluation sont diverses. Elles peuvent consister en des examens écrits ou oraux, des rapports ou des travaux individuels ou collectifs (rapports de recherche, analyses et recommandations stratégiques, rapport de stage, mémoire de recherche...), des contributions aux recherches ou expérimentations collectives, ou même des projets concrets (pour plus d'informations, voir les descriptifs de chaque UE).

MOBILITÉ ET INTERNATIONALISATION

Le séjour Erasmus - Etudes

L'UCLouvain Saint-Louis – Bruxelles a conclu des conventions d'échanges avec des universités situées en dehors de la Communauté française. Ces conventions permettent aux étudiant-e-s de suivre une partie de leur programme de master en Stratégie de la communication et culture numérique dans une université partenaire tout en restant inscrit-e-s à titre principal à l'UCLouvain Saint-Louis – Bruxelles.

Deux types d'échanges sont proposés aux étudiant-e-s du master :

- des échanges Erasmus avec des universités de pays de l'Union européenne,
- des échanges Erasmus Belgica avec des universités belges néerlandophones.

Le programme suivi durant un séjour Erasmus représente environ 30 crédits. Les séjours Erasmus "études" se déroulent au premier quadrimestre du deuxième bloc annuel standardisé. La liste des destinations proposées peut être consultée via [Moodle](#) (Erasmus OUT Master Strat. Com. ISFSC/USLB).

Le séjour Erasmus - Stage

Les étudiant-es peuvent opter pour un séjour Erasmus "Stage" au deuxième quadrimestre du deuxième bloc annuel standardisé.

Pour les étudiant-es admis-es moyennant l'ajout à leur programme d'une formation complémentaire:

- un séjour Erasmus "études" est possible au premier quadrimestre si la formation complémentaire n'excède pas 15 crédits.
- un séjour Erasmus "stage" est possible au second quadrimestre si la formation complémentaire n'excède pas 35 crédits.

FORMATIONS ULTÉRIEURES ACCESSIBLES

Au terme du Master [120] en Stratégie de la communication et culture numérique, plusieurs possibilités s'offrent aux diplômé-es :

- S'inscrire à un autre programme d'étude (master 60, 120 ou de spécialisation, certificat de formation continue), moyennant complément de formation éventuel et dans le respect des conditions d'accès à ces programmes détaillées dans le [catalogue des formations](#).
- Accéder au 3ème cycle d'études universitaires en vue d'obtenir le grade de docteur-e. Le **doctorat** (180 crédits) comprend une formation doctorale (60 crédits), la rédaction d'une thèse de doctorat sur base d'une recherche scientifique originale et approfondie, ainsi que la défense privée et la soutenance publique de la thèse.
- Réaliser l'agrégation de l'enseignement secondaire supérieur (AESS, organisée notamment [à Louvain-La-Neuve](#) et [à Mons](#) en horaire décalé). L'objectif de l'agrégation en information et communication est de dispenser à l'étudiant-e une formation initiale qui lui permette d'acquérir le socle de connaissances et de compétences indispensables pour démarrer efficacement dans le métier d'enseignant-e et pouvoir y évoluer positivement
- Préparer ou réorienter son [insertion professionnelle](#).

GESTION ET CONTACTS

**Pour toutes les études à horaire décalé
(programme de bachelier, master comu#et#master de spécialisation)**

espo-hd-slb@uclouvain.be

Bureau : Marais 119 - #3^e étage - 3002

Permanences

Lundi, mardi et jeudi de 16h30 à 18h.

Mercredi sur rendez-vous via Teams.

Dérogation pour non-finançabilité

La [demande de dérogation](#) doit être introduite le 30 septembre au plus tard à l'adresse suivante : derogation-inscription-slb@uclouvain.be.

Gestion du programme

Faculté

Entité de la structure

Dénomination

Secteur

Sigle

Adresse de l'entité

SSH/ESPB

Faculté des sciences économiques, sociales, politiques et de la communication Saint-Louis ([ESPB](#))

Secteur des sciences humaines ([SSH](#))

ESPB

Boulevard du Jardin Botanique 43 - bte

1000 Bruxelles

Mandat(s)

- Doyen : Abraham Franssen

Jury

- président: [Geoffroy Patriarche](#)
- secrétaire: [Laurence Mundschau](#)