

Présentation / objectifs

Prérequis

23B1DROIT

Contenus

La protection de la vie privée et le droit à l'image, les droits et devoirs des journalistes, la déontologie de la presse d'information et d'entreprise, l'esprit d'objectivité, l'éthique journalistique, la responsabilité civile et pénale de la presse, le droit de réponse, le droit d'auteur, le rôle du CSA et du Jury d'Ethique Publicitaire, etc.

Démarches d'apprentissage

Cours ex-cathedra + étude de cas

Ressources

Compétences visées

Expliquer aux étudiants tout ce qui touche à la liberté d'expression et de communication au sens large avec les limites, les restrictions voire interdictions en la matière.

Evaluation

Examen écrit

Pondération de l'évaluation

1ère session			2ème session		
Pré session		Juin	Septembre		
%	Forme	%	Forme	%	Forme
		100%	E		

EX = Examen - I = Interrogation - P = Pratique - EC = Evaluation Continue - T = Travail - O = Oral - E = Ecrit - OE = Oral et Ecrit - NR = Non Récupérable

Titulaire(s) du cours

MOULIGNEAU Xavier

Présentation / objectifs

Prérequis

23B1ECONO

Contenus

1. L'Etat en tant que régulateur de l'activité économique.
2. Le financement de l'activité économique et les intermédiaires financiers.
3. La monnaie et la politique monétaire.
4. Introduction à la comptabilité patrimoniale en tant qu'outil de communication.

Démarches d'apprentissage

Cours magistral interactif.

Travail de groupe sur l'actualité économique.

Ressources

de Wasseige, Y. (2005), *Comprendre l'économie politique*, Couleur livres

Genty, P. (2001), *Approche théorique de la comptabilité en euros et à partir de documents réels*, C.R.D.P.

Gilbert, A. (1983), *Comptabilité Générale*, Dunod

Jacquemin, A., Tulkens, H. (1993), *Principes d'économie politique*, De Boeck Université, 2è édition

Jaumotte, C. (2002), *Faits et mécanismes économiques*, Notes de cours, FUNDP

La politique monétaire, Notes d'information, Banque Centrale Européenne (disponible sur www.ecb.int)

Pandolfi, E., Thoumin-Berthaud, S. (2010), *Principes Fondamentaux de l'économie et de la gestion*, Hachette Education

Sloman, J. (2006), *Principes d'économie*, Pearson Education, 6e édition

Van Wymeersch, C. (2003) *Comptabilité financière, Introduction au système d'information financier de l'entreprise*, Notes de cours, FUNDP

Alternatives Economiques, n°201, mars 2002

Sources documentaires et statistiques courantes

Banque Centrale Européenne (www.ecb.int)

Banque Nationale de Belgique (www.nbb.be)

Direction générale Statistique et Information économique (statbel.fgov.be)

Compétences visées

- Comprendre le fonctionnement de l'économie nationale et mondiale;
- Etre capable de tenir un discours économique simple;
- Etre capable de comprendre et d'analyser l'actualité économique.

Evaluation

Examen écrit

20% TJ

80% Examen juin

Pondération de l'évaluation

1ère session		2ème session
Pré session	Juin	Septembre

Présentation / objectifs

Prérequis

23B1SOCOM

Contenus

1. In Design
2. Photoshop
3. Dreamweaver
4. Illustrator

Démarches d'apprentissage

Pour Indesign, la démarche est expositive, interrogative, de recherche, de découverte... Le cours est organisé comme un atelier. La présence aux cours est indispensable pour une bonne évolution de l'étudiant.

Ressources

Compétences visées

- Sensibiliser l'étudiant à la communication visuelle et lui permettre d'en saisir les enjeux.
- Acquérir un vocabulaire graphique, un regard critique et une compréhension des moyens de création d'images afin de faciliter l'accès à la création et à la production de projets publicitaires
- Maîtriser globalement les outils technico-graphiques afin de comprendre les attentes et les besoins des employeurs et des collaborateurs dans une vie professionnelle future
- Dépasser la simple acquisition de connaissances ou de règles à appliquer. Rendre l'étudiant autonome afin de permettre un approfondissement ultérieur des T.I.C. (formation, livre, stage...) via une initiation de base aux logiciels Indesign (mise en page / prépresse), Illustrator (dessin vectoriel) et Photoshop (traitement de l'image) sur MacIntosh. Le cours initie les étudiants à la pratique de ceux-ci.
- Développer des compétences de savoir-faire au départ des savoirs-appris.
- Acquérir des attitudes et des comportements pour évoluer dans une société en mutation permanente.

Evaluation

Evaluation continue et Examen écrit

Les apprentissages de chaque programme (Indesign, Illustrator, Photoshop) sont évalués au travers d'exercices en fin de module, (graphique et technique). Cette évaluation se fait à la fin du module de cours.

La note globale est répartie comme suit : 1/3 pour Indesign, 1/3 pour Photoshop, 1/3 pour Illustrator. Les cours du groupe TIC ne font pas l'objet de dispenses partielles. Les étudiants doivent présenter toutes les parties d'examen (sinon ils reçoivent la note de PP).

Pondération de l'évaluation

1ère session				2ème session	
Pré session		Juin		Septembre	
%	Forme	%	Forme	%	Forme
		100	E + TJ		

EX = Examen - I = Interrogation - P = Pratique - EC = Evaluation Continue - T = Travail - O = Oral - E = Ecrit - OE = Oral et Ecrit - NR = Non Récupérable

Titulaire(s) du cours

DELCOIGNE Christel / STOUFFS Arnaud / GOBERT Marie

Présentation / objectifs

Prérequis

23B1ANGLA

Contenus

- débats, prises de parole en réunion
- appels téléphoniques dans des situations professionnelles
- exercices d'audition
- lexique en lien avec le langage de la presse

Démarches d'apprentissage

- Analyse de documents audiovisuels
- Mises en situation (jeux de rôle...)

Ressources

English in the Media, éditions BELIN, 2010 by Jérôme Lepioufle et Thierry Robin

Manuels de référence :

Telephoning in English, Cambridge University Press by B. Jean Naterop and Rod Revell

Working in English, Cambridge University Press by Leo Jones

Dynamic Presentations, Cambridge University Press by Mark Powell

Site pour les auditions : "<http://www.bbc.co.uk/worldservice/learningenglish/>"

Site de remise à niveau : "<http://www.wallangues.be>"

Dictionnaires en ligne : lexilogos, <http://dictionnaire.sensagent.com/>, www.wordreference.com, macmillan online, Cambridge Dictionaries Online

Compétences visées

- Reformuler en anglais des informations provenant de supports écrits et audiovisuels
- S'exprimer oralement dans des situations de communication directement liées à son avenir professionnel : principalement la technique du débat et/ou de la gestion de réunion, les appels téléphoniques, les présentations orales professionnelles...

Evaluation

Détails de l'évaluation

Semaine du 17 décembre : Evaluation certificative : vocabulaire (première partie – les chapitres seront précisés en classe) ET audition

Semaine du 20 mai : Evaluation certificative : vocabulaire (deuxième partie – les chapitres seront précisés en classe) ET audition

Session de juin : examen oral (matière et/ou travaux seront précisés ultérieurement)

Pondération de l'évaluation

1ère session		2ème session			
Pré session		Juin		Septembre	
%	Forme	%	Forme	%	Forme
100	Partiel	100	2/3 E, 1/3 O		

EX = Examen - I = Interrogation - P = Pratique - EC = Evaluation Continue - T = Travail - O = Oral - E = Ecrit - OE = Oral et Ecrit - NR = Non Récupérable

Titulaire(s) du cours

DERMAUX Marie-Claire / VANDEREECKEN Christine / ROEKAERTS Nathalie / GOBERT Camille / GOBERT Mari

Présentation / objectifs

Prérequis

23B1NEERL

Contenus

Exercices d'expression orale à orientation professionnelle:

- présentations orales,
- débats,
- conversations téléphoniques, ...

Exercices d'audition

Démarches d'apprentissage

- Le cours est organisé en groupes de niveaux différents (débutants ou autres).
- Travaux de groupe et feedback en classe (corrections, apport lexical,..).

Ressources

Manuel utilisé au cours: BEKKERS (L.), *Ter zake*, Intertaal

Dictionnaire traductif : Robert & Vandale

Dictionnaire explicatif : VAN DALE, *Nederlands als tweede taal*(NT2)

La grammaire néerlandaise d'un coup d'oeil, Nynke A.Y. Scholtens, Intertaal.

Compétences visées

- S'exprimer oralement dans des situations de communication liées à son avenir professionnel.
- Reformuler en langue cible des informations lues et entendues.

Evaluation

Evaluation continue + Examen écrit + Examen oral

Pondération de l'évaluation

1ère session		2ème session			
Pré session		Juin		Septembre	
%	Forme	%	Forme	%	Forme
100	partiel	100	25% TJ + 50% E + 25% O		

EX = Examen - I = Interrogation - P = Pratique - EC = Evaluation Continue - T = Travail - O = Oral - E = Ecrit - OE = Oral et Ecrit - NR = Non Récupérable

Titulaire(s) du cours

DERMAUX Marie-Claire / WILLEMS Marie-Paule / VANDERECKEN Christine / HANSENS Anne

Présentation / objectifs

Prérequis

23B1PSYCH

Contenus

1. Présentation des phénomènes et des théories de base (ou classiques) en psychologie sociale (les processus d'influence, agression, altruisme, erreurs d'attributions,...).
2. Vision contemporaine des thèmes majeurs en psychologie sociale.
3. Applications de la psychologie sociale, exemples concrets propres à faciliter la compréhension de nos comportements quotidiens et ceux des autres.
4. Questions de société étudiées par la psychologie sociale (choix de différentes thématiques).

Démarches d'apprentissage

Les thèmes abordés feront l'objet d'une analyse progressive, depuis le niveau intrapersonnel jusqu'au niveau intergroupe.

Cours ex cathedra ; supports vidéo; témoignages.

Travaux de groupes (productions écrites et orales).

Ressources

BAGGIO S., *Psychologie sociale*, Editions De Boeck, Bruxelles, 2006

BEDARD L., *Introduction à la psychologie sociale*, Editions du Renouveau Pédagogique, Québec, 2006

CERCLE A. et SOMAT A., *Psychologie sociale*, Cours et exercices, Editions Dunod, Paris, 2002

VALLERAND R., *Les fondements de la psychologie sociale*, Editeur Gaëtan Mrin, Québec, 1994

Compétences visées

- Cerner le champ de la psychologie sociale (objet d'étude, domaines de recherche et méthodes utilisées).
- Mieux comprendre les processus psychologiques responsables des comportements que nous émettons en société et bâtir l'édifice des connaissances scientifiques qui s'y rapportent.
- Comprendre certains problèmes psychologiques et sociaux et fournir des clés d'analyse.
- Analyser des faits sociaux.

Evaluation

Travail journalier et examen écrit

Examen écrit (en juin) : 70 % - Travail de groupe (présentation orale durant les cours) : 30 %

Pondération de l'évaluation

1ère session		2ème session			
Pré session		Juin		Septembre	
%	Forme	%	Forme	%	Forme
		100	30% TJ + 70 % E		

EX = Examen - I = Interrogation - P = Pratique - EC = Evaluation Continue - T = Travail - O = Oral - E = Ecrit - OE = Oral et Ecrit - NR = Non Récupérable

Titulaire(s) du cours

LACROIX Astrid

Présentation / objectifs

Prérequis

23B1SOCIO

Contenus

Première partie : Sociologie des médias

1. L'histoire sociale des médias

Du livre à l'Internet : évolution des fonctions sociales des médias, usagers et pratiques, réflexions sur les dangers pour la citoyenneté et la culture.

2. Théories sociologiques et recherches empiriques : histoire de la sociologie des médias.

Deuxième partie : Sociologie des organisations

1. Démarche des sociologues de la première vague.

2. Evolution des formes organisationnelles et influences sur l'organisation du travail.

3. Initiation à l'analyse systémique des organisations.

Démarches d'apprentissage

- Exposés théoriques.
- Exploitation d'articles de presse, de synthèses de recherches, de statistiques officielles (I.N.S.), de documents vidéos et d'émissions télévisées sur les médias.
- Exercices pratiques d'analyse systémique des organisations.

Des ressources bibliographiques seront communiquées aux étudiants. Cours essentiellement magistral. Toutefois, une participation active de l'étudiant est encouragée par l'échange d'idées, de commentaires critiques, la lecture d'extraits d'auteurs et d'articles de presse, la vision de films illustrant certains concepts...

Des notes de synthèse seront distribuées aux cours, mais l'étude reposera essentiellement sur les propres notes des étudiants.

Ressources

Sociologie des médias :

AKOUN (A.), *Sociologie des communications de masse*, Hachette, Paris, 1997

BRETON (Ph.), *Le culte d'Internet*, Ed. La Découverte, Paris, 2000

BOURDIEU (P.), *Sur la télévision*, Ed. Raisons d'agir, Paris, 1996

LAZAR (J.), *Sociologie de la communication de masse*, Armand Colin, (Collection U, série Sociologie), Paris, 1991

Mc LUHAN (M.), *La galaxie Gutenberg*, tomes 1 et 2, Gallimard, 1977

NEVEU (E.), *Sociologie du journalisme*, Ed. La Découverte, Paris, 2001

RIEFFEL (R.), *Sociologie des médias*, collection Infocom, Ed. Ellipses, 2001

WOLTON (D.), *Internet et après ?*, Flammarion, Paris, 2000

WOLTON (D.), *Penser la communication*, Flammarion, Paris, 1997

Bibliographie complétée en fonction de l'actualité.

Sociologie des organisations :

BALLE (C.), *Sociologie des organisations*, P.U.F., (Col. Que sais-je?), Paris, 1990

NIZET (J.) et PICHAULT (F.), *Introduction à la théorie des configurations*, De Boeck, Bruxelles, 2003

Compétences visées

- Analyser les médias en tant que processus sociaux. Comprendre leurs multiples influences sur la société et nos comportements en général. Analyser leurs modes de fonctionnements et les représentations sociales qui y sont véhiculées.
- Appréhender la sociologie des organisations, les formes organisationnelles et leurs influences sur l'organisation du travail.

Evaluation

Examen écrit

Présentation / objectifs

Titulaires du cours: Loïc Defoort, Stéphanie Delbart, Françoise Quoidbach

Prérequis

23B1EXECCR

Contenus

- Approche affinée de l'écriture journalistique;
- Apprentissage du « protocole de correction » en usage en édition et en presse écrite ; application des « règles typographiques » telles que pratiquées dans le milieu de l'édition francophone;
- Aspect normatif de la langue : les belgicisms, les solécismes et autres maladresses;
- Approche de certaines techniques : jeux de mots, parodie, pastiche ...

Démarches d'apprentissage

- Observation, analyse de documents;
- Exercices d'écriture, de correction, d'amélioration;
- Exercices de rédaction créative.

Ressources

Compétences visées

- Développer les compétences rédactionnelles des étudiants en fonction des divers types de textes qu'ils seront amenés à produire dans leur profession;
- Développer les compétences « générales » : syntaxiques, orthographiques, lexicales, rhétoriques;
- Développer les compétences « spécifiques » : liées à la presse écrite et, plus généralement, au monde de l'édition francophone ainsi qu'à la presse en ligne;
- Travailler la créativité et développer l'imaginaire en expression écrite.

Evaluation

Evaluation continue et examen écrit

Mme DELBART : 50% TJ + 50% E

M DEFOORT : 40% TJ + 60% E

Mme WISEUR : 30% TJ + 70% E

Pondération de l'évaluation

1ère session		2ème session			
Pré session		Juin		Septembre	
%	Forme	%	Forme	%	Forme
		100	TJ + E		

EX = Examen - I = Interrogation - P = Pratique - EC = Evaluation Continue - T = Travail - O = Oral - E = Ecrit - OE = Oral et Ecrit - NR = Non Récupérable

Titulaire(s) du cours

QUOIBACH Françoise / DEFOORT Loïc / DELBART Stéphanie

Présentation / objectifs

Prérequis

23B1EXORA

Contenus

L'apprentissage de l'expression orale en fonction du médium :

en radio, en télévision, face caméra, au téléphone, en salle face à un public.

Travail du billet en radio (enregistrement et écoute critique);

Vulgarisation de jargons professionnels;

Techniques et exercices de respiration, de diction, d'argumentation, d'improvisation;

Travail sur le non verbal;

La prise de parole en public;

La construction du discours.

Démarches d'apprentissage

Exercices pratiques soumis à l'analyse de l'ensemble des apprenants.

Ressources

- Pierre Guilbert : De Gutenberg à l'Homo Connectus, le B.A.-BA de la communication, Edipro, Liège 2007
- Ouvrage collectif coordonné par Philippe Cabin et Jean-François Dortier : La communication – état des savoirs, Editions Sciences Humaines, Auxerre 2005
- R. Charles, C. Williame : La communication orale – coll. Repères pratiques – Nathan, Paris 1994
- Guyette Lyr : Oser s'exprimer – coll. Développement personnel – Editions d'Organisation, Paris 2001
- Savoir s'exprimer (ouvrage collectif sous la direction d'Yvette Pesez), Retz, Paris 2001
- Jean-Marc Aimonetti : Comment ne pas endormir son auditoire en 30 secondes – la communication orale avec diaporama – De Boeck et Larcier, Bruxelles, 2006
- Monique Léon, Pierre Léon : La prononciation du Français, Edition Nathan, Paris, 1997
- Colette Bizouard, Invitation à l'expression orale, Chronique Sociale, Lyon, novembre 2006
- RFI service Documentation "http://www.rfi.fr/talentplusfr/pages/001/dossier_special_4.asp"
- Louis-Philippe Kammans : La prononciation française d'aujourd'hui – coll. « Bien lire et bien parler » - cedsamson, Bruxelles – Les éditions scientifiques et littéraires, Amiens – 1970
- Christophe Tournier : Manuel d'improvisation théâtrale – Editions de l'Eau vive, Saint-Martin Bellevue, 2003

Compétences visées

- Développer les compétences verbales et gestuelles des étudiants en fonction des diverses situations professionnelles qu'ils sont susceptibles de rencontrer.

Aujourd'hui, en relations publiques, en animation socioculturelle et en presse TV, la communication verbale reste tributaire de la gestuelle du locuteur.

- Prendre la parole en public, face caméra et au micro avec aisance, s'adresser à ses interlocuteurs sans stress, s'exprimer avec cohérence et conviction, s'adapter à l'auditoire par ses intonations de voix et son expressivité corporelle, prendre conscience que la communication non verbale a autant d'impact sur le récepteur du message que l'expression orale.

Evaluation

Travail journalier + examen oral

Evaluation continue durant l'année prenant en considération l'aisance, la gestuelle et la capacité à s'exprimer de chacun des apprenants.

Examen oral en session reprenant les éléments éprouvés par la pratique dans les modules de cet atelier.

Pondération de l'évaluation

1ère session		2ème session			
Pré session		Juin		Septembre	
%	Forme	%	Forme	%	Forme
		100	TJ 50% + O 50%		

EX = Examen - I = Interrogation - P = Pratique - EC = Evaluation Continue - T = Travail - O = Oral - E = Ecrit - OE = Oral et Ecrit - NR = Non Récupérable

Titulaire(s) du cours

Présentation / objectifs

Prérequis

Les techniques de lecture devant micro, des micro-trottoirs et interviews acquises en première année. (23B1RADIO)

Contenus

- Ce cours comprend une session de 3 jours soit un "cours bloc" de 20 heures consacré à la réalisation d'une émission radio d'une heure maximum.
- Les étudiants, par petits groupes, doivent donc réaliser une émission complète qui comprendra:
 - une programmation musicale avec animation et présentation des différentes séquences;
 - un journal parlé national et international comprenant des reportages, des billets et interviews d'actualité;
 - un journal parlé régional incluant également des reportages et interviews;
 - une rencontre avec une personnalité du monde du spectacle (présentation d'un film, d'une pièce de théâtre, d'un spectacle de variétés ou d'une exposition);
 - un court magazine sportif avec une interview;
 - un sujet plus détaillé choisi dans l'actualité du moment.

Démarches d'apprentissage

Les étudiants réaliseront leur émission radio dans un studio radio professionnel. Ils utiliseront également des enregistreurs numériques professionnels pour les reportages et interviews.

Ressources

Compétences visées

- Le cours a pour but d'utiliser le média radio afin de faire la synthèse des cours d'expression orale et de journalisme, ainsi que des techniques d'interviews et micro-trottoirs dispensées en première année.
- Le travail permettra aux étudiants d'être confrontés à la pratique du terrain, de la conduite d'émission à l'enregistrement en passant par les interviews, les contacts, les billets d'humeur, la programmation musicale et l'animation.

Evaluation

Evaluation continue

L'évaluation finale se fait sous la forme d'un travail de groupes (de 3 ou 4 étudiants) par thèmes (information nationale et internationale, régionale, culturelle ou sportive). L'ensemble des travaux faisant l'objet d'une émission d'environ une heure.

Sont pris en considération pour la cotation la manière de présenter les billets devant micro et la réalisation des interviews et reportages pour chacune des rubriques.

Pondération de l'évaluation

1ère session		2ème session			
Pré session		Juin		Septembre	
%	Forme	%	Forme	%	Forme
100	E +O				

EX = Examen - I = Interrogation - P = Pratique - EC = Evaluation Continue - T = Travail - O = Oral - E = Ecrit - OE = Oral et Ecrit - NR = Non Récupérable

Titulaire(s) du cours

VISEUR Jean-Loup

Présentation / objectifs

Apprendre aux étudiants les codes et possibilités du langage audiovisuel en les initiant

1. aux bases de la prise de vue au moyen d'une caméra vidéo,
2. au montage sur ordinateur.

Prérequis

Contenus

L'atelier se compose de différents modules :

- a) un module d'initiation à la prise de vue.

Les étudiants y découvrent le matériel, en apprennent la manipulation. Ils voient ensuite les différents types de plan, les mouvements de caméra et se familiarisent avec les « règles » de tournage.

- b) Un module d'initiation au montage.

Il consiste en la découverte du matériel de montage (ordinateurs MAC) ainsi qu'en l'initiation au logiciel de montage Final Cut Pro.

Outre l'apprentissage purement technique (manipulation du matériel et découverte des possibilités qu'il offre), les étudiants apprennent également les principes et règles à respecter en matière de montage.

Démarches d'apprentissage

La démarche poursuivie est la mise en situation.

Les apprentissages théoriques sont suivis d'une mise en pratique immédiate (par sous-groupes de trois ou quatre étudiants), mise en pratique faisant l'objet d'une évaluation directe.

Exemple concret, en phase d'initiation à la prise de vue, dès que les étudiants ont appris les premières notions théoriques, ils les mettent en pratique en réalisant des prises de vue.

Celles-ci sont ensuite évaluées lors d'un visionnage commenté avant qu'une autre phase de l'initiation théorique ne se poursuive, elle-même suivie d'une évaluation immédiate.

La démarche suivie pour le montage est similaire.

Ressources

Compétences visées

Evaluation

Evaluation continue

L'évaluation finale se fait sous la forme d'un travail de groupe (de 3 ou 4 étudiants). Les étudiants doivent réaliser une séquence de type informatif sur un sujet imposé. La séquence, d'une durée de deux minutes trente à quatre minutes, est cotée tant sur le fond que sur la forme.

Pondération de l'évaluation

1ère session		2ème session			
Pré session		Juin		Septembre	
%	Forme	%	Forme	%	Forme
		100	E + O		

EX = Examen - I = Interrogation - P = Pratique - EC = Evaluation Continue - T = Travail - O = Oral - E = Ecrit - OE = Oral et Ecrit - NR = Non Récupérable

Titulaire(s) du cours

SIMON Xavier / DUBOIS Christian

Présentation / objectifs

Savoir :

- connaître les principaux phénomènes de groupe ;
- identifier les différentes étapes du développement d'un groupe et les types de groupes;
- connaître les techniques d'animations de réunions.

Savoir-faire :

- être capable d'observer un groupe, en fonction des notions théoriques vues en classe ;
- être capable d'analyser des phénomènes de groupes;
- être capable d'animer une réunion.

Savoir-être :

- prendre conscience de son type de participation dans un groupe et améliorer sa performance dans un groupe.

Prérequis

Contenus

Définition, types de groupes, caractéristiques ;

Méthodes d'observation et d'analyse ;

Schéma de développement d'un groupe, étapes de la vie d'un groupe, éléments de cohésion ;

Principaux phénomènes de groupes : rôles et communication, pouvoir et leadership, schémas de communication, etc.

Animation de groupes, animation de réunion, méthodologie de l'entraînement mental, diverses méthodologies de gestion de groupes.

Démarches d'apprentissage

Exposés théoriques, exercices pratiques, discussions à partir de l'observation et de l'analyse des exercices (la participation au cours est indispensable !).

Visionnement et analyse de film(s).

Les concepts théoriques seront toujours précédés ou suivis de mises en situation.

Ressources

GRUERE J-P, STERN P., Faciliter la communication de groupe, Editions d'Organisation, Paris, 2002.

MUCCHIELLI R., La conduite des réunions, ESF Editeur, Paris, 2004.

BEVILLE G., Jeux de communication, Editions d'Organisation, Paris, 1995.

Compétences visées

Evaluation

Examen écrit : 50% (concepts vus au cours)

Examen oral de groupe : 50% (lors du derniers cours)

Pondération de l'évaluation

1ère session				2ème session	
Pré session		Juin		Septembre	
%	Forme	%	Forme	%	Forme
		100	50%E + 50%O		

EX = Examen - I = Interrogation - P = Pratique - EC = Evaluation Continue - T = Travail - O = Oral - E = Ecrit - OE = Oral et Ecrit - NR = Non Récupérable

Titulaire(s) du cours

LACROIX Astrid

Présentation / objectifs

Etre capable de

- cerner au mieux ce que sont la culture, ses fonctions, la diversité culturelle, ce qu'est le rôle d'un animateur socioculturel ; quelles sont les grandes tendances dans les politiques culturelles, etc. ;
- mener un projet d'animation socioculturelle, à savoir développer des capacités à
 - définir le public cible du projet ;
 - définir les intentions du projet ;
 - définir des objectifs concrets, évaluables auprès de ce public-cible ;
 - identifier les étapes opératoires de la réalisation de ce projet ;
 - identifier les moyens nécessaires : (ceux dont on dispose, ceux qui sont nécessaires et les obtenir) ;
 - organiser et mener à bien ce projet en équipe ;
 - évaluer le projet ;

identifier à quelle tendance de politique culturelle appartient un projet, un programme, une activité

Prérequis

23B1ASDIV

Contenus

- La pédagogie du projet
- Définitions de la culture
- Les fonctions de la culture
- Les objets de la culture et leur protection
- Les politiques culturelles
- Diversité culturelle et mondialisation
- Démocratisation de la culture et démocratie culturelle
- Acculturation, assimilation, intégration, multiculturalisme, communautarisme, universalisme...

Démarches d'apprentissage

Outre l'appropriation de connaissances théoriques des concepts, la méthode relève de la pédagogie du projet.

A travers la concrétisation d'un projet collectif, les étudiants découvriront, encadrés de leur professeur, différents aspects de la profession d'animateur socioculturel et appliqueront différentes techniques.

(Ce sera par ailleurs l'occasion d'appliquer une série de compétences et de savoirs acquis dans d'autres cours)

Ressources

Roland de Bodt : « le Cercle ouvert », Racines Textes, Mons 1999

Alain De Wasseige :

- « Communauté Bruxelles – Wallonie : quelles politiques culturelles ? », Quorum, Bruxelles, 2000
- « Refonder les politiques culturelles », Sans titre – 100 Titres, Bruxelles 2006

Fédération des Maisons de Jeunes en Belgique francophone : « Raisons de jeunes », Liège 2000

Jean Fleury : « la Culture », éd. Bréal, 2002

Pierre Gaudibert : « Action culturelle : intégration et/ou subversion », Casterman, Tournai 1977

Majo Hansotte : « Les intelligences citoyennes – Comment se prend et s'invente la parole collective », Ed. De Boeck, Bruxelles 2005

Gaston Kelman : « Je suis noir et je n'aime pas le manioc », éd. Max Milo, Paris 2003

Jean-Marie Mignon : « Le métier d'animateur », Alternatives sociales, Syros, Paris 1998

Ministère de la Communauté française : « Culture et citoyenneté – pour un développement culturel durable »,

Ministère de la Communauté française, coll. Culture Education permanente, n°6, Bruxelles 2002

Denis Olivennes : « La gratuité, c'est le vol », Grasset, 2007

J. Pirson – De Clercq et R. Pirson : « L'animation socio-culturelle, espace d'affrontement idéologique », Labor – F. Nathan, Bruxelles 1977

M. Rousseau : « Les métiers de l'animation. Compétences et savoir-faire, accueil et animation », les Cahiers Espace n°48, 1996

STICS : « Construire... et gérer son projet », STICS asbl, Bruxelles 2007

Francis Tilman – le Grain : « Penser le projet – Concepts et outils d'une pédagogie émancipatrice », Ed. Chronique sociale, Lyon 2004

Philippe Val : « Traité de savoir-survivre par temps obscurs », Grasset, Paris 2007

Jean-Pierre Warnier : « La mondialisation de la culture », coll. Repères, éd. La Découverte, Paris 2004

Dominique Wolton : « Demain la francophonie – pour une autre mondialisation », Flammarion, 2006

Compétences visées

Evaluation

S2 : O

-Les étudiants sont appelés à mettre en place un moyen d'évaluation de leur projet par le public concerné. Non coté

Le professeur évalue et cote le projet de chaque groupe. La cote est la même pour tous les membres du groupe. Cote de groupe/10

-Avec l'aide du professeur, chaque étudiant de chaque groupe s'auto-évalue. Sa cote personnelle doit récolter l'accord des autres membres

Présentation / objectifs

- Approfondir des notions brièvement abordées en première année, telle celle de 4^{ème} pouvoir;
- Développer l'esprit critique;
- Apporter de la culture générale;
- Donner un aperçu du journalisme culturel.

Prérequis

23B1JOURN

Contenus

- Evolution du métier de journaliste et analyse du regard ambivalent porté à son encounter;
- Notion de contre-pouvoir et de 4^{ème} pouvoir;
- Histoire de la presse écrite en Belgique et en France;
- Présentation de quelques journalistes importants du XX^e siècle ou contemporains;
- Ecriture journalistique et mots du journalisme écrit;
- Journalisme culturel : présentation et exercices pratiques.

Démarches d'apprentissage

- Cours ex-cathedra
- Travaux pratiques

Ressources

Le Journalisme, coordonné par Arnaud Mercier, Les Essentiels Hermès, CNRS Editions, 2009
 Erik Neveu, **Sociologie du journalisme**, La Découverte/Repérages, 2009 (troisième édition)
 Yves Agnès, **Manuel du journalisme**, La Découverte/Grands repères, 2008 (deuxième éditions)
 Serge July, Jean-François Kahn, Edwyn Plenel, **Faut-il croire les journalistes?**, Editions Mordicus, 2009
 Jacques Le Bohec, **Dictionnaire du journalisme et des médias**, Presses Universitaires de Rennes, 2010
 Gabriel Thoveron, **Histoire des médias**, Seuil, 1997
 Frédéric Barbier et Catherine Bertho Lavenir, **Histoire des médias de Diderot à Internet**, Armand Colin, 2003
Le lynchage médiatique, dirigé par Guy Coq et Charles Conte, Panoramiques, Editions Corlet, 1998

Compétences visées

Evaluation

travail journalier et examen écrit

Pondération de l'évaluation

1ère session		2ème session			
Pré session		Juin		Septembre	
%	Forme	%	Forme	%	Forme
100	50% TJ + 50% E				

EX = Examen - I = Interrogation - P = Pratique - EC = Evaluation Continue - T = Travail - O = Oral - E = Ecrit - OE = Oral et Ecrit - NR = Non Récupérable

Titulaire(s) du cours

PAQUOT Michel

Présentation / objectifs

- Amener les étudiants à appréhender les mécanismes de base d'un plan de communication.
- Amener les étudiants à comprendre les enjeux des relations avec la presse.
- Amener les étudiants à comprendre les enjeux de la publicité en tant qu'outil de communication commerciale.
- Approfondir la connaissance des supports de communication, et plus particulièrement des supports de communication interne.
- Ce cours prépare les étudiants à la réalisation de plans de communication complexes (cf. cours de relations publiques et publicité de BAC 3).

Prérequis

23B1PUBLI

Contenus

- Structure du plan de communication;
- Relations avec la presse;
- Publicité en tant qu'outil de communication commerciale;
- Supports de communication interne et externe.

Démarches d'apprentissage

- Cours théorique et pratique;
- Etudes de cas et exercices à partir d'un ensemble de documents et de supports visuels;
- Témoignages de professionnels portant sur les relations avec la presse et la publicité.

Des notes de synthèse sont distribuées aux étudiants.

Un module de deux heures se donne en anglais. Une préparation préalable est prévue avec les enseignants de la langue anglaise.

Ressources

- *Communicator, Le guide de la communication d'entreprise*, Marie-Hélène Wesphalen (Editions Dunod, Paris, 2004)
- *Le plan de communication*, Thierry Libaert (Editions Dunod, Paris, 2003)
- *12 cas de communication d'entreprise*, Sophie-Carole Richard (Editions Le Génie des Glaciers Editeurs, Paris, 2009)
- *Le plan de communication*, Bernard Dagenais (Les presses universitaires de Laval, Québec 2007)
- *La communication interpersonnelle*, Joseph De Vito, Gilles Chassé et Carole Vezeau (Editions du renouveau pédagogique, Québec 2009)
- *Everything you should know about PR*, Anthony Davis (Kogan Page, London, 2003)
- *Public relations strategy*, Sandra Oliver (Kogan Page, London 2001)
- *Business communication*, (Harvard business essentials, Boston, 2003)
- *Marketing communications*, Chris Fill (Pearson Education, Harlow, 2009)
- *Le Nouveau Publicitor*, Lendrevie Brochand (Editions Dalloz, Paris 2001)
- *Guide de la publicité et de la communication*, François Bernheim (Larousse, 2004)
- *Savoir développer sa créativité*, Brigitte Bouillercce et Emmanuel Carré (Editions Retz, Paris 2004)
- *Les Valeurs*, Thierry Wellhoff (Editions Eyrolles, 2009)
- *Le guide du CV et de la lettre de motivation*, Dominique Perez (Groupe Express Editions, Paris, 2009)
- *La nouvelle orthographe en pratique*, Dominique Dupriez (De Boeck, Bruxelles, 2009)

Compétences visées

Evaluation

Examen écrit pour 100% des points

Pondération de l'évaluation

1ère session		2ème session			
Pré session		Juin		Septembre	
%	Forme	%	Forme	%	Forme
100	E				

EX = Examen - I = Interrogation - P = Pratique - EC = Evaluation Continue - T = Travail - O = Oral - E = Ecrit - OE = Oral et Ecrit - NR = Non Récupérable

Titulaire(s) du cours

LEFEBVRE Dominique Françoise

Présentation / objectifs

- Appréhender les grands principes du marketing et des stratégies de communication des entreprises.
- Maîtriser les différentes notions entourant le marketing : marché, segmentation, marque, notoriété, croissance, mix-marketing, positionnement, marketing intégré, valeur, satisfaction, relation client, ...
- Comprendre comment le marketing se met en place dans une entreprise, en fonction non seulement de ses objectifs, mais aussi de son environnement et de ses performances.
- Cerner les enjeux des choix stratégiques d'une entreprise (stratégies de distribution, fixation de prix, croissance, ...).
- Expliquer l'importance d'une bonne compréhension des clients, du marché et du marketing intégré et orienté client.
- Décrire les tendances et les évolutions du marketing, leur importance et leurs enjeux.

Prérequis

23B1SOCIO
23B1STAT

Contenus

Introduction au marketing

La démarche marketing

- Comprendre le marché, les besoins et les désirs des clients (valeurs, satisfaction ...).
- Concevoir une stratégie marketing orientée client (segmentation, ciblage, positionnement).
- Elaborer un programme marketing permettant d'offrir une valeur supérieure (mix-marketing, stratégies, nouvelles technologies ...).
- Bâtir des relations rentables et assurer la satisfaction des clients (relation clients).
- Capturer la valeur créée par les clients pour générer des bénéfices et développer le capital client (fidélisation).

Démarches d'apprentissage

- Cours magistral interactif pour la définition des concepts.
- Exploitation de cas pratiques, d'articles de presse, de vidéos, etc. afin d'illustrer les théories.
- Exercices pratiques.

Ressources

- Principes de marketing, Gary Armstrong & Philip Kotler (Pearson Education France 2010 – 10e éd).
- Communicator, toute la communication d'entreprise, Marie-Hélène WESTPHALEN & Thierry LIBAERT (Dunod, Paris, 2009, 5^{ème} édition).
- Le marketing selon Kotler, Philippe Kotler (Pearson Education France, Paris 2005).
- Mercator : Théories et nouvelles pratiques du marketing, J. Lendrevie, J. Lévy, D. Lindon (Broché, Dunod, 2009).
- Publicitor : Communication 360° off et on line, J. Lendrevie, A. de Baynast, C. Emprin (Broché, Dunod, 2008).
- Marketing Management, Philippe Kotler et Delphine Manceau (Pearson Education France, Paris 2008).
- Stratégique, Gerry Johnson & Kevan Scholes (Pearson Education, 2008).

Compétences visées

Evaluation

Examen écrit

Pondération de l'évaluation

1ère session		2ème session			
Pré session		Juin		Septembre	
%	Forme	%	Forme	%	Forme
		100	E		

EX = Examen - I = Interrogation - P = Pratique - EC = Evaluation Continue - T = Travail - O = Oral - E = Ecrit - OE = Oral et Ecrit - NR = Non Récupérable

Titulaire(s) du cours

LECOCQ Sophie

Présentation / objectifs

Titulaires responsables: Manu Delporte, Frédéric Janus, Dominique Lefebvre, Jacky Legge, Xavier Mouligneau

Les stages permettent de se confronter directement à la réalité du terrain et doivent ainsi amener à une véritable compréhension des pratiques de communication et développer l'acquisition de compétences techniques professionnelles.

Prérequis

Contenus

- Sept semaines de prestations individuelles se déroulent au second semestre dans le cadre d'activités de communication en milieu professionnel au choix des étudiants. Ces stages ne se limitent plus à de l'observation; une plus grande implication personnelle est dès lors demandée: l'étudiant doit s'engager dans des réalisations pratiques et faire preuve d'initiative.

Démarches d'apprentissage

Ressources

- *La nouvelle orthographe en pratique*, Dominique Dupriez (De Boeck, Bruxelles, 2009)

Compétences visées

Evaluation

- L'évaluation globale du stage est établie à partir de la grille d'appréciation complétée par le tuteur dans l'entreprise et par les superviseurs de l'école, notamment sur base du rapport de stage élaboré par l'étudiant, selon le schéma prévu par l'école.
- Les consignes de stage, reprenant les modalités d'évaluation précises, sont remises aux étudiants avant le départ en stage.

Pondération de l'évaluation

1ère session		2ème session			
Pré session		Juin		Septembre	
%	Forme	%	Forme	%	Forme
		100			

EX = Examen - I = Interrogation - P = Pratique - EC = Evaluation Continue - T = Travail - O = Oral - E = Ecrit - OE = Oral et Ecrit - NR = Non Récupérable

Titulaire(s) du cours

MOULIGNEAU Xavier / DELPORTE Emmanuelle / JANUS Frédéric / LEFEBVRE Dominique Françoise / LEGGE Jacky

ALLEM Allemand

année académique : 2012/2013

Division du cours :

Année d'études : 2 Communication

Quadrimestre(s) :

Volume horaire : 45 h /

Responsable du cours :

Présentation / objectifs

Evaluation

Pondération de l'évaluation

1ère session				2ème session	
Pré session		Juin		Septembre	
%	Forme	%	Forme	%	Forme

EX = Examen - I = Interrogation - P = Pratique - EC = Evaluation Continue - T = Travail - O = Oral - E = Ecrit - OE = Oral et Ecrit - NR = Non Récupérable