

HELHO – catégorie sociale		Code cours	SCOM201	
		Année	2EME	
SECTION : COMMUNICATION				

Intitulé : Psychologie sociale et industrielle						
Titulaire du cours : ANNE DELANGRE						
Nombre heures/année	30	Semestre	<input type="checkbox"/> S1	<input type="checkbox"/> S2	X	S1+S2
Crédits ECTS	3	Pondération	1		Langue	français

Objectifs et Compétences						
<ul style="list-style-type: none"> • Cerner le champ de la psychologie sociale (comment elle aborde la réalité). • Mieux comprendre les processus psychologiques responsables des comportements que nous émettons en société • Comprendre certains problèmes psychologiques et sociaux au sein d'une entreprise (psychologie industrielle). • Analyser un fait social selon la démarche des sciences sociales 						

Pré-requis						
SCOM1011						

Contenus						
1. Présentation des phénomènes et des théories de base (ou classiques) en psychologie sociale (les processus d'influence, la communication verbale et non verbale,) 2. Applications de la psychologie sociale, exemples concrets propres à faciliter la compréhension de nos comportements quotidiens et ceux des autres. 3. A partir des difficultés relationnelles rencontrées en stage, étude de diverses notions théoriques (l'estime de soi, les formes de pouvoir, la gestion du stress,...).						

Démarches d'apprentissage						
<ul style="list-style-type: none"> • Alternance entre cours magistral et dialogue-échange • Travaux de groupes, productions écrite et orale 						

Ressources/Bibliographie						

Evaluation :		<input type="checkbox"/>	S1	X	S2	<input type="checkbox"/>	S1+S2
X	Evaluation continue (<i>exercices et travaux</i>)	<input type="checkbox"/>	Interrogation	X	Examen Ecrit	<input type="checkbox"/>	Examen Oral
<ul style="list-style-type: none"> • Examen écrit : 40% • Travail journalier : 60% 							

HELHO – catégorie sociale	Code cours	SCOM201
	Année	2
SECTION : COMMUNICATION		2EME

Intitulé : SOCIOLOGIE DES MEDIAS ET DES ORGANISATIONS

Titulaire du cours : SYLVIE DUROISIN

Nombre heures/année	45	Semestre	<input type="checkbox"/>	S1	<input type="checkbox"/>	S2	X	S1+S2
Crédits ECTS	3	Pondération	1,5			Langue	français	

Objectifs et Compétences

- 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.

Pré-requis

SCOM1012

Contenus

Première partie: Sociologie des médias

1. L'histoire sociale des médias :

Du livre à l'Internet : l'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 : l'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.

Ressources/Bibliographie

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

Sociologie des organisations :

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

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

Evaluation :	<input type="checkbox"/>	S1	<input checked="" type="checkbox"/>	S2	<input type="checkbox"/>	S1+S2
---------------------	--------------------------	-----------	-------------------------------------	-----------	--------------------------	--------------

<input type="checkbox"/>	Evaluation continue (<i>exercices et travaux</i>)	<input type="checkbox"/>	Interrogation	X	Examen Ecrit	<input type="checkbox"/>	Examen Oral
--------------------------	---	--------------------------	---------------	---	--------------	--------------------------	-------------

HELHO – catégorie sociale				Code cours		SCOM201	
SECTION : COMMUNICATION				Année		3 2EME	
Intitulé : ECONOMIE							
Titulaire du cours : Luc DOCHY							
Nombre heures/année	45	Semestre	<input type="checkbox"/>	S1	<input type="checkbox"/>	S2	X
Crédits ECTS	3	Pondération	1,5			Langue	français
Objectifs et Compétences							
Comprendre les enjeux de l'implication de l'Etat dans l'économie, comprendre le rôle et les fonctions des institutions financières ; Comprendre les bases de la politique monétaire Maitriser les bases de la comptabilité patrimoniale dans une optique passive (interprétation des comptes)							
Pré-requis							
SCOM1013							
Contenus							
<ol style="list-style-type: none"> 1. L'Etat en tant qu'agent économique 2. Les institutions financières 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, certaines notions théoriques sont basées sur des articles de journaux, magazines..., confrontations d'idées d'économistes contemporains.							
Ressources/Bibliographie							
Yves de Waseige, « comprendre l'économie politique », éditions couleurs livres							
Evaluation :	<input type="checkbox"/>	S1	<input checked="" type="checkbox"/>	S2	<input type="checkbox"/>	S1+S2	
<input type="checkbox"/>	Evaluation continue (<i>exercices et travaux</i>)		<input type="checkbox"/>	Interrogation	X	Examen Ecrit	<input type="checkbox"/>
							Examen Oral

HELHO – catégorie sociale				Code cours		SCOM201		
SECTION : COMMUNICATION				Année		4 2EME		
Intitulé : ASPECTS JURIDIQUES ET DEONTOLOGIQUES DE L'INFORMATION ET DE LA COMMUNICATION								
Titulaire du cours : XAVIER MOULIGNEAU								
Nombre heures/année	30	Semestre	<input type="checkbox"/>	S1	<input type="checkbox"/>	S2	X S1+S2	
Crédits ECTS	3	Pondération	1			Langue	français	
Objectifs et Compétences								
Expliquer aux étudiants les limites, restrictions et interdictions à la liberté d'expression et de communication au sens large.								
Pré-requis								
SCOM1014								
Contenus								
La protection de la vie privée, les droits et devoirs des journalistes et de la presse d'entreprise, la déontologie de l'information, l'esprit d'objectivité, éthique journalistique, les droits d'auteur								
Démarches d'apprentissage								
Cours ex-cathedra + étude de cas sur base d'articles de presse et de reportages télévisés								
Ressources/Bibliographie								
Evaluation :	<input type="checkbox"/>	S1	X	S2	<input type="checkbox"/>	S1+S2		
<input type="checkbox"/>	Evaluation continue (<i>exercices et travaux</i>)		<input type="checkbox"/>	Interrogation	X	Examen Ecrit	<input type="checkbox"/>	Examen Oral
Examen écrit								

HELHO – catégorie sociale				Code cours		SCOM201	
SECTION : COMMUNICATION				Année		8 2EME	
Intitulé : NEERLANDAIS							
Titulaires du cours : MARIE-CLAIRE DERMAUX-KEVERS, ANNE HANSSENS, MELANIE CASIER, RUDI DUHEM							
Nombre heures/année	45	Semestre	<input type="checkbox"/>	S1	<input type="checkbox"/>	S2	X
Crédits ECTS	3	Pondération	1,5		Langue	néerlandais	
Objectifs et Compétences							
<ul style="list-style-type: none"> • Amener les étudiants à comprendre de façon précise et à exploiter des informations provenant de supports écrits et audiovisuels (principales sources : quotidiens et périodiques, journaux télévisés, etc.) • Amener les étudiants à s'exprimer oralement dans des situations de communication liées à leur avenir professionnel (débats, appels téléphoniques, réservations, présentations, orientation...) • Rôder les étudiants à la technique du « débat » en langue étrangère (animation, gestion du temps de parole, invitation des divers intervenants, etc.) 							
Pré-requis							
SCOM1018							
Contenus							
<ul style="list-style-type: none"> • Approche lexicale ciblée sur la profession : articles de presse écrite, journaux radio et télé, publications d'entreprises, brochures informatives, publicités. • Lexique lié au milieu professionnel et généraliste 							
Démarches d'apprentissage							
<ul style="list-style-type: none"> • Le cours est organisé en groupes de niveaux différents (débutants ou autres). • Analyse de documents écrits et audiovisuels, exercices de conversation, présentation de débats, sondages, enquêtes, simulation de situations professionnelles (appels téléphoniques ou exposés de type conférence) en groupes restreints. 							
Ressources/Bibliographie							
Evaluation :							
<input type="checkbox"/>	S1	<input type="checkbox"/>	S2	X	S1+S2		
X	Evaluation continue (<i>exercices et travaux</i>)	<input type="checkbox"/>	Interrogation	X	Examen Ecrit	X	Examen Oral
Travail journalier : 40 % (sous la forme d'évaluations écrites ou de travaux personnels)							

HELHO – catégorie sociale				Code cours		SCOM201	
SECTION : COMMUNICATION				9			
				Année		2EME	
Intitulé : ANGLAIS							
Titulaires du cours : ANNE HANSSSENS, MARIE-CLAIRE DERMAUX-KEVERS, CHARLOTTE VAN NITSEN, NATHALIE ROECKAERTS							
Nombre heures/année	45	Semestre	<input type="checkbox"/>	S1	<input type="checkbox"/>	S2	X
Crédits ECTS	3	Pondération	1,5			Langue	anglais

Objectifs et Compétences							
<ul style="list-style-type: none"> • Amener les étudiants à comprendre de façon précise et à exploiter des informations provenant de supports écrits et audiovisuels (principales sources : quotidiens et périodiques, journaux télévisés, etc.) • Amener les étudiants à s'exprimer oralement dans des situations de communication directement liées à leur avenir professionnel : principalement la technique du débat • Développer une bonne maîtrise de la langue orale dans des situations professionnelles courantes : appels téléphoniques, réservations, présentations... • Rôder les étudiants à la technique d'animation de débat en langue étrangère 							
Pré-requis							
SCOM1019							
Contenus							
<ul style="list-style-type: none"> • Approche lexicale ciblée sur la profession : articles de presse écrite, journaux radio et télé, publications d'entreprises, brochures informatives, publicités • Lexique lié au milieu professionnel et généraliste 							
Démarches d'apprentissage							
<ul style="list-style-type: none"> • Le cours est organisé en groupes de niveaux différents de manière à assurer une progression « à la carte ». • Analyse de documents écrits et audiovisuels (compréhension à la lecture, à l'audition) • Les étudiants sont amenés à constituer deux dossiers de presse autour d'un thème qui prête à débat (maîtrise du vocabulaire, exploitation des idées principales dans la langue cible, capacité à soulever les bonnes questions, etc.) • Présentation de débats en groupes restreints : chaque groupe est chargé d'animer un débat de façon professionnelle (gérer le temps de parole des différents intervenants, inviter les intervenants à s'exprimer, calmer les esprits, faire des synthèses partielles, relancer le débat, alterner questions ouvertes et fermées...) 							
Ressources/Bibliographie							
Evaluation :	<input type="checkbox"/>	S1	<input type="checkbox"/>	S2	X	S1+S2	
X	Evaluation continue (<i>exercices et travaux</i>)		<input type="checkbox"/>	Interrogation	X	Examen Ecrit	X
Travail journalier : 40 % (sous la forme d'évaluations écrites ou de travaux personnels)							
Examen : 60% (20% pour l'écrit de janvier, 20% pour l'oral de juin, 20% pour l'audition)							

HELHO – catégorie sociale				Code cours		SCOM202	
SECTION : COMMUNICATION						0	
				Année		2EME	
Intitulé : TECHNOLOGIES DE L'INFORMATION ET DE LA COMMUNICATION							
Titulaires du cours : CHRISTEL DELCOIGNE, CATIA RUSSO							
Nombre heures/année	75	Semestre	<input type="checkbox"/>	S1	<input type="checkbox"/>	S2	X
Crédits ECTS	5	Pondération	2,5			Langue	français

Objectifs et Compétences							
Initiation de base aux logiciels QuarkXPress (mise en page) et Photoshop (traitement de l'image) sur MacIntosh ainsi qu'à la création de pages WEB. Le cours initie les étudiants à la pratique de ceux-ci.							
Pré-requis							
SCOM1020							
Contenus							
<p>1. In Design :</p> <ul style="list-style-type: none"> • découverte des outils et des principales palettes disponibles • création et gestion des maquettes de base pour l'édition, des feuilles de style pour l'édition • exploitation de la fonction d'habillage dans les mises en page • gestion des blocs de texte et d'image • gestion des premiers plans et arrière-plans • création de maquettes pour l'édition <p>2. Photoshop :</p> <ul style="list-style-type: none"> • connaissance des outils et des principales palettes disponibles • apprentissage des fonctionnalités de base (outils, formes, couleurs, dégradés, calques, tracés, couches...) • réalisation de détourages (diverses techniques) et de photomontages <p>3. Dreamweaver:</p> <ul style="list-style-type: none"> • structure, fonctionnalités, esthétique, convivialité <p>4. Illustrator :</p> <p>Petit cours théorique sur l'image numérique (fichiers bitmap et vectoriels) et ses différents modes couleur, notion de résolution des images, formats d'enregistrement, etc.</p> <p>Apprentissage de la création de logos sur Illustrator ; dessin vectoriel</p>							
Démarches d'apprentissage							
Expositive, interrogative, ateliers...							
Ressources/Bibliographie							
Evaluation :							
<input type="checkbox"/>	S1	<input type="checkbox"/>	S2	<input checked="" type="checkbox"/>	S1+S2		
X	Evaluation continue (<i>exercices et travaux</i>)	<input type="checkbox"/>	Interrogation	X	Examen Ecrit	<input type="checkbox"/>	Examen Oral
Le travail journalier aura une part de 40 % dans la moyenne des points. L'examen consiste à réaliser une mise en page sur QuarkXPress (avec travail des images sur Photoshop). Le support des notes est autorisé.							

HELHO – catégorie sociale				Code cours		SCOM202	
				1			
SECTION : COMMUNICATION				Année		2EME	
Intitulé : STRATEGIE DE COMMUNICATION DES ENTREPRISES							
Titulaire du cours : DOMINIQUE LEFEBVRE							
Nombre heures/année	30	Semestre	<input type="checkbox"/>	S1	X	S2	<input type="checkbox"/>
Crédits ECTS	2	Pondération	1,5		Langue	français	

Objectifs et Compétences							
Approcher l'entreprise en analysant sa stratégie générale, sa stratégie commerciale et en conséquence sa stratégie de communication.							
Pré-requis							
SCOM1012/SCOM1015							
Contenus							
<p>1. Notions générales :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Stratégie & contexte dans lequel l'entreprise doit vivre pour se développer - Définition de l'entreprise comme organisation sociale, son organisation interne & les moyens mis en œuvre - Les principes de la communication (rappel) <p>2. La méthode Marketing Management</p> <ul style="list-style-type: none"> - Définitions & composantes d'un plan marketing - Le marché & les consommateurs : les motivations d'achat, les sources et méthodes d'information, - L'offre produits - La distribution, la vente & les prix <p>3. Les modes de communication de l'entreprise au service de sa politique de marketing management : la publicité, les relations publiques, la promotion</p>							
Démarches d'apprentissage							
Les notes de cours s'accompagnent de nombreux articles de presse récents (actualisés tous les ans), pour illustrer les différents chapitres du cours. La préparation de résumés de ces articles par les étudiants, constitue aussi un axe méthodologique intégré au cours. Le cours s'appuie également sur les observations faites par les étudiants au cours de leurs stages en entreprise (tous secteurs : presse, socioculturel, institutionnel, commercial, industriel...).							
Ressources/Bibliographie							
LENDREVIE – NROCHAND, <i>Publicitor</i> , Dalloz, Paris, 2001 François Bernheim, guide de la publicité et de la communication, Larousse, 2004 Philippe Kotler, le marketing selon Kotler, Pearson Education France, Paris 2005 Philippe Kotler et Delphine Manceau, Marketing Management, Pearson Education France, Paris 2004							
Evaluation :	<input type="checkbox"/>	S1	X	S2	<input type="checkbox"/>	S1+S2	
<input type="checkbox"/>	Evaluation continue (<i>exercices et travaux</i>)		<input type="checkbox"/>	Interrogation	X	Examen Ecrit	<input type="checkbox"/>
							Examen Oral

HELHO – catégorie sociale	Code cours	SCOM202
	Année	2
SECTION : COMMUNICATION		2EME

Intitulé : COMMUNICATION DE GROUPE

Titulaire du cours : MICHEL GUILBERT

Nombre heures/année	30	Semestre	<input type="checkbox"/>	S1	<input type="checkbox"/>	S2	X	S1+S2
Crédits ECTS	2	Pondération	1,5			Langue	français	

Objectifs et Compétences

- **Savoir:**
 - Connaître les principaux phénomènes de groupe
 - Identifier les grandes étapes du développement d'un groupe et les types de groupe
- **Savoir-faire:**
 - Etre capable d'observer un groupe, en fonction des notions théoriques vues en classe
 - Etre capable d'analyser des phénomènes de groupe
- **Savoir-être:**
 - Prendre conscience de son type de participation dans un groupe et améliorer sa performance dans un groupe

Pré-requis

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, méthodologie de l'entraînement mental.

Démarches d'apprentissage

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

Ressources/Bibliographie

Evaluation :	<input type="checkbox"/>	S1	X	S2	<input type="checkbox"/>	S1+S2		
<input type="checkbox"/>	Evaluation continue (<i>exercices et travaux</i>)		<input type="checkbox"/>	Interrogation	X	Examen Ecrit	X	Examen Oral
<ul style="list-style-type: none"> • Examen écrit: 50% (concepts vus au cours) • Examen oral de groupe: 50% 								

HELHO – catégorie sociale				Code cours		SCOM202	
				3			
SECTION : COMMUNICATION				Année		2EME	
Intitulé : JOURNALISME							
Titulaire du cours : MANU DELPORTE							
Nombre heures/année	30	Semestre	<input type="checkbox"/>	S1	<input type="checkbox"/>	S2	X
Crédits ECTS	3	Pondération	1,5		Langue	français	
Objectifs et Compétences							
<ul style="list-style-type: none"> • Approfondir des notions brièvement abordées lors de la première année. • Rappeler aux étudiants leur propre devoir d'information. • Confronter l'apprenant à des cas de figure liés à l'actualité. • Dans le cadre des stages, préparer à certains vécus et apporter les enseignements utiles sur base de situations vécues. 							
Pré-requis							
SCOM1023							
Contenus							
<ul style="list-style-type: none"> • Sensibilisation à l'actualité • Rappel des qualités et aptitudes pour l'exercice de la profession. • Bref rappel de définition du journalisme. • La loi de proximité. • Les sources d'information. • Droits et devoirs des journalistes • Association de journalistes • Les nouveaux média • Le journalisme et le fait divers • Journalisme et justice 							
Démarches d'apprentissage							
<ul style="list-style-type: none"> • Cours ex-cathedra • Présentation par les étudiants d'un point sur l'actualité de la semaine vécue. • Étude de cas, travaux individuels et réflexions de groupe. • Réactions sur des faits d'actualité, des pratiques... sur base d'articles de presse. 							
Ressources/Bibliographie							
François RUFFIN, « les petits soldats du journalisme », Paris 2003 ed des Arènes IHECS 2007/2008, « les oubliés de l'informations » tome 1 et 2, Marc Simaevé IHES 2007/2008, « Déontologie de l'information », Jean-Paul Marthoz Mensuel « Journalistes » AJP « Les cahiers du journalisme » AJP							
Evaluation :	<input type="checkbox"/>	S1	X	S2	<input type="checkbox"/>	S1+S2	
X	Evaluation continue (<i>exercices et travaux</i>)		<input type="checkbox"/>	Interrogation	<input type="checkbox"/>	Examen Ecrit	X
							Examen Oral

HELHO – catégorie sociale				Code cours		SCOM202	
				4			
SECTION : COMMUNICATION				Année		2EME	
Intitulé : RELATIONS PUBLIQUES/PUBLICITE							
Titulaires du cours : DOMINIQUE LEFEBVRE							
Nombre heures/année	30	Semestre	<input type="checkbox"/>	S1	X	S2	<input type="checkbox"/>
Crédits ECTS	3	Pondération	1,5		Langue	français	
Objectifs et Compétences							
Fournir aux étudiants les éléments de théorie concernant l'organisation pratique d'actions de communication d'entreprise et plus particulièrement en relations publiques.							
Pré-requis							
SCOM1024							
Contenus							
<ul style="list-style-type: none"> • La communication externe (rédaction d'un plan de communication, formulation des objectifs, des cibles, d'un budget ...) • Les relations avec la presse (mise sur pied d'une conférence de presse, rédaction d'une invitation, d'un communiqué et d'un dossier) • La communication événementielle (portes ouvertes, colloque, salon ou foire,...) • Le sponsoring • La communication interne (mise sur pied d'une revue d'entreprise, le team building,...) 							
Démarches d'apprentissage							
<ul style="list-style-type: none"> • Cours théorique et pratique. • Etudes de cas et exercices à partir d'un ensemble de documents. <p>En outre, le déplacement sur certains événements (colloque, salon,...) et les participations de professionnels du secteur permettront de plonger les étudiants directement dans la réalité de terrain. Des notes de synthèse sont distribuées aux étudiants.</p>							
Ressources/Bibliographie							
CAUMONT D., <i>La publicité</i> , Dunod, Paris, 2001 SANDRA OLIVER, <i>Public Relation strategy</i> , Kogan, Page, London 2003 DELECOURT N., <i>Réussir un salon</i> , éd. Du Puit Fleuri, 1997 DETRIE Ph., <i>La communication interne au service du management</i> , Liaisons, Reuil-Malmaison, 2001 DU MOULIN DE LABARTHETE A., <i>La communication événementielle</i> , Demos, 2001 HEUDE R. P., <i>Guide de la communication pour l'entreprise</i> , Maxima, Paris, 2000 LENDREVIE – NROCHAND, <i>Publicitor</i> , Dalloz, Paris, 2001 LIBAERT T., <i>La communication de crise</i> , Dunod, Paris, 2001 LIBAERT T., <i>La communication de proximité</i> , Liaisons, Reuil-Malmaison, 2001 NOUVEAU J.-N., <i>Les relations presse</i> , Demos, 2002 WESTPHALEN M.-H., <i>Communicator</i> , Dunod, Paris, 2004							
Evaluation :	<input type="checkbox"/>	S1	X	S2	<input type="checkbox"/>	S1+S2	
<input type="checkbox"/>	Evaluation continue (<i>exercices et travaux</i>)		<input type="checkbox"/>	Interrogation	X	Examen Ecrit	<input type="checkbox"/>
							Examen Oral

HELHO – catégorie sociale	Code cours	SCOM202
	Année	5
SECTION : COMMUNICATION		2EME

Intitulé : ANIMATION SOCIOCULTURELLE

Titulaire du cours : MICHEL GUILBERT

Nombre heures/année	30	Semestre	<input type="checkbox"/>	S1	<input type="checkbox"/>	S2	X	S1+S2
Crédits ECTS	4	Pondération	1,5			Langue	français	

Objectifs et Compétences

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 ; quels sont les grandes tendances dans les politiques culturelles, etc. ;
- Mener un projet d'animation socioculturelle, à savoir développer des capacités à :
 - o Définir le public cible du projet ;
 - o Définir els intentions du projet ;
 - o Définir des objectifs concrets, évaluables auprès de ce public-cible ;
 - o Identifier les étapes opératoires de la réalisation de ce projet ;
 - o Identifier les moyens nécessaire : ceux dont on dispose, ceux qui sont nécessaires et les obtenir ;
 - o Organiser et mener à bien ce projet en équipe ;
 - o Evaluer le projet ;
- Identifier à quelle tendance de politique culturelle appartient un projet, un programme, une activité.

Pré-requis

SCOM1025

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 al culture et démocratie culturelle
- Acculturation, assimilation, intégration, multiculturalisme, communautarisme, universalisme, ...

Démarches d'apprentissage

Outre l'approbation de connaissances théoriques de 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 technique. (ce sera par ailleurs l'occasion d'appliquer une série de compétences et de savoirs acquis dans d'autres cours).

Ressources/Bibliographie

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 », édit. Max Milo, Paris 2003

Jean-Marie Mignon : « Le métier d’animateur », Alternatives sociales, Syros, Paris 1999

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, édit. La Découverte, Paris 2004

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

Evaluation :	<input type="checkbox"/>	S1	<input type="checkbox"/>	S2	X	S1+S2
---------------------	--------------------------	-----------	--------------------------	-----------	----------	--------------

	Evaluation continue (<i>exercices et travaux</i>)	<input type="checkbox"/>	Interrogation	<input type="checkbox"/>	Examen Ecrit	X	Examen Oral
<ul style="list-style-type: none"> - Les étudiants sont appelés à mettre en place un moyen d'évaluation de leur projet par le public concerné (non coté) - Le professeur et les étudiants de chaque groupe évaluent et cotent le projet collectif. 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 du groupe. (cote individuelle /10). - Le professeur évalue les connaissances théoriques et la capacité d'analyse de chaque élève sur base du dossier de projet remis par le groupe et d'un échange avec l'étudiant. (cote /10). 							

HELHO – catégorie sociale		Code cours	SCOM202
SECTION : COMMUNICATION		6	
		Année	2EME

Intitulé : EXPRESSION ECRITE								
Titulaires du cours : FRANÇOISE QUOIDBACH, AURELIE VANDECASTEELE, CHRISTEL WISEUR								
Nombre heures/année	30	Semestre	<input type="checkbox"/>	S1	<input type="checkbox"/>	S2	X	S1+S2
Crédits ECTS	2	Pondération	1,5			Langue	français	

Objectifs et Compétences							
<ul style="list-style-type: none"> - Développer les compétences rédactionnelles des étudiants en fonction des divers types de textes qu'ils seront amenés à produire dans leur profession : - Compétences « générales » : syntaxiques, orthographiques, lexicales, rhétoriques - Compétences « spécifiques » : liées à la presse écrite et, plus généralement, au monde de l'édition francophone - Travailler la créativité et développer l'imaginaire en expression écrite 							

Pré-requis							
SCOM1026							

Contenus							
<ul style="list-style-type: none"> • 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 maladroites • Approche de certaines techniques : jeux de mots, parodie, pastiche, ... 							

Démarches d'apprentissage							
<ul style="list-style-type: none"> • Observation, analyse de documents • Exercices d'écriture, de correction, d'amélioration • Exercices de rédaction créative 							

Ressources/Bibliographie							
---------------------------------	--	--	--	--	--	--	--

Evaluation :	<input type="checkbox"/>	S1	X	S2	<input type="checkbox"/>	S1+S2
---------------------	--------------------------	-----------	---	-----------	--------------------------	--------------

X	Evaluation continue (<i>exercices et travaux</i>)	<input type="checkbox"/>	Interrogation	X	Examen Ecrit	<input type="checkbox"/>	Examen Oral
Examen écrit. Le travail journalier aura une part de 30 % dans la pondération globale du cours.							

HELHO – catégorie sociale		Code cours	SCOM202					
			7					
SECTION : COMMUNICATION		Année	2EME					
Intitulé : EXPRESSION ORALE ET NON VERBALE								
Titulaires du cours : MANU DELPORTE, MICHEL GUILBERT								
Nombre heures/année	30	Semestre	<input type="checkbox"/>	S1	<input type="checkbox"/>	S2	X	S1+S2
Crédits ECTS	2	Pondération	1,5		Langue	français		

Objectifs et Compétences

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

Pré-requis

SCOM1027

Contenus

L'animation d'une réunion : de la théorie à la pratique

- Les fonctions et les attitudes de l'animateur ;
- Les styles d'animation ;
- Les méthodes d'animation et les différents types de réunion ;
- La communication non verbale;
- Travail du billet en radio (enregistrement et écoute critique)
- Quelques techniques d'animation.

L'apprentissage de l'expression orale en fonction du médium: en radio, en télévision, face caméra, au téléphone, en salle face à un public.

Vulgarisation de jargons professionnels

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

La prise de parole en public

La construction du discours

Démarches d'apprentissage

Exercices pratiques (jeux de rôle dont certains filmés, autoscopie) soumis à l'analyse de l'ensemble des apprenants.

Ressources/Bibliographie

- 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 Pesetz), 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

Evaluation :	<input type="checkbox"/>	S1	<input type="checkbox"/>	S2	X	S1+S2
---------------------	--------------------------	-----------	--------------------------	-----------	---	--------------

X	Evaluation continue (<i>exercices et travaux</i>)	<input type="checkbox"/>	Interrogation	<input type="checkbox"/>	Examen Ecrit	X	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.

HELHO – catégorie sociale		Code cours	SCOM202
SECTION : COMMUNICATION		8	
		Année	2EME

Intitulé : EXPRESSION RADIO

Titulaire du cours : JEAN-LOUP VISEUR

Nombre heures/année	20	Semestre	X	S1	<input type="checkbox"/>	S2	<input type="checkbox"/>	S1+S2
Crédits ECTS	2	Pondération	1			Langue	français	

Objectifs et Compétences

- 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.

Pré-requis

SCOM1028

Contenus

Démarches d'apprentissage								
<ul style="list-style-type: none"> • 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 minimum. • Les étudiants, par petits groupes, doivent donc réaliser une émission complète qui comprendra : <ul style="list-style-type: none"> -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. 								
Ressources/Bibliographie								
Evaluation :	X	S1	<input type="checkbox"/>	S2	<input type="checkbox"/>	S1+S2		
X	Evaluation continue (<i>exercices et travaux</i>)		<input type="checkbox"/>	Interrogation	<input type="checkbox"/>	Examen Ecrit	<input type="checkbox"/>	Examen Oral
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.								

HELHO – catégorie sociale				Code cours		SCOM202		
				9				
SECTION : COMMUNICATION				Année		2EME		
Intitulé : EXPRESSION VIDEO								
Titulaires du cours : Christian DUBOIS, Xavier SIMON								
Nombre heures/année	20	Semestre	X	S1	<input type="checkbox"/>	S2	<input type="checkbox"/>	S1+S2
Crédits ECTS	2	Pondération	1			Langue	français	
Objectifs et Compétences								
Apprendre aux étudiants les codes et possibilités du langage audio-visuel en les initiant								
1. aux bases de la prise de vue au moyen d'une caméra vidéo								
2. au montage sur ordinateur								
Pré-requis								

Contenus									
<ul style="list-style-type: none"> L'atelier se compose de différents modules <ol style="list-style-type: none"> 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. 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									
<p>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.</p>									
Ressources/Bibliographie									
Evaluation :	X	S1	<input type="checkbox"/>	S2	<input type="checkbox"/>	S1+S2			
X	Evaluation continue (<i>exercices et travaux</i>)			<input type="checkbox"/>	Interrogation	<input type="checkbox"/>	Examen Ecrit	<input type="checkbox"/>	Examen Oral
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.									

HELHO – catégorie sociale						Code cours	SCOM203			
SECTION : COMMUNICATION						0				
						Année	2EME			
Intitulé : STAGES										
Titulaire du cours : Jacky LEGGE, Dominique LEFEBVRE, Michel GUILBERT										
Nombre heures/année	240		Semestre	<input type="checkbox"/>	S1	<input type="checkbox"/>	S2	X	S1+S2	
Crédits ECTS	15		Pondération	6			Langue	français		

Objectifs et Compétences										
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.										
Pré-requis										
SCOM1030										

Contenus					
<ul style="list-style-type: none"> Huit semaines (2x4 semaines) de prestations individuelles se déroulent dans le cadre d'activités de communication en milieu professionnel au choix des étudiants. Contrairement à la première année, les étudiants peuvent réaliser les deux stages dans le même secteur (animation socioculturelle, information ou relations publiques). 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/Bibliographie					
Evaluation :					
<input type="checkbox"/>	S1	<input type="checkbox"/>	S2	X	S1+S2
<input type="checkbox"/>	Evaluation continue (<i>exercices et travaux</i>)	<input type="checkbox"/>	Interrogation	<input type="checkbox"/>	Examen Ecrit
<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	Examen Oral
<ul style="list-style-type: none"> 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. Le premier stage intervient à raison de 4/10 des points, le deuxième stage représente 6/10 des points. 					