

COMM2M1

2015 - 2016

Master [60] in Information and Communication

At Mons - 60 credits - 1 year - Day schedule - In frenchDissertation/Graduation Project : **YES** - Internship : **NO**Activities in English: **optional** - Activities in other languages : **NO**Activities on other sites : **NO**Main study domain : **Information et communication**Organized by: **Faculté des sciences économiques, sociales, politiques et de communication (ESPO)**Programme code: **comm2m1** - Francophone Certification Framework: 7**Table of contents**

Introduction	2
Teaching profile	3
- Learning outcomes	3
- Programme structure	4
- Detailed programme	4
- Programme by subject	4
- The programme's courses and learning outcomes	7
Information	9
- Supplementary classes	9
- Teaching method	11
- Evaluation	11
- Mobility and/or Internationalisation outlook	11
- Possible trainings at the end of the programme	11
- Contacts	11

COMM2M1 - Introduction

Introduction

COMM2M1 - Teaching profile

Learning outcomes

On successful completion of this programme, each student is able to :

Un étudiant diplômé de master 60 en communication sans avoir fait d'autre master préalablement sera capable de :

- Analyser et évaluer les objets et processus de communication dans différents contextes sociaux, politiques et culturels afin de rendre compte de leur efficacité et des enjeux sociaux, politiques et culturels qu'ils révèlent et produisent.
- Exprimer ses idées oralement, par écrit et au travers de supports multimédia de manière cohérente et convaincante en respectant la déontologie propre à sa profession.
- Adapter ses messages à divers publics.
- Synthétiser et critiquer l'information nécessaire à la communication écrite d'une recherche.
- Etablir et conduire un projet indépendant de recherche.
- Sélectionner et mettre en oeuvre les procédures méthodologiques et interprétatives nécessaires à la réalisation d'une recherche.
- Rédiger un compte rendu de recherche.

Démontrer un niveau de base de compétence professionnelle dans le domaine de l'option choisie. Ce qui signifie :

Pour les étudiants ayant suivi l'option Stratégies de communications :

- Élaborer, mettre en Œuvre et évaluer une stratégie complète de communication corporate, publique ou politique
- Réaliser un audit complet de la communication d'une organisation
- Montrer une connaissance et une compréhension solide des théories et pratiques des médias et de leur rôle dans les stratégies de communication.

Pour les étudiants ayant choisi les options Communication culturelle et ses compléments :

- Démontrer une connaissance et une compréhension solide de la spécificité du secteur non-marchand, et plus particulièrement du secteur de la culture, des auteurs et courants majeurs critiques d'analyse des objets et productions culturelles contemporaines, des modèles d'analyse des politiques culturelles et de leur impact sur le développement territorial (urbain, notamment).
- Définir l'ensemble d'un dispositif concret et efficace de communication événementielle.
- Dialoguer, diriger, et négocier avec les différents interlocuteurs (politiques, employés, dirigeants, techniciens, graphistes...) d'un chargé de communication dans le secteur culturel.

Pour les étudiants ayant choisi l'option Communication web :

- Comprendre, d'analyser, de critiquer la place d'Internet dans la Société.
- Comprendre l'incidence d'Internet sur le travail.
- Élaborer, de mettre en Œuvre et d'évaluer une stratégie de veille et de gestion de réputation en ligne.

Pour les étudiants ayant choisi l'option Nouveaux Médias :

- Montrer une connaissance et une compréhension solide des théories et pratiques des médias et de leur rôle dans les stratégies de communication.
- Comprendre, analyser, critiquer la place d'Internet dans la Société.
- Comprendre, analyser et élaborer les discours multimédias organisationnels en ligne

Un étudiant diplômé de master 60 en communication et déjà titulaire d'un master sera capable de :

- Analyser et évaluer les objets et processus de communication dans différents contextes sociaux, politiques et culturels afin de rendre compte de leur efficacité et des enjeux sociaux, politiques et culturels qu'ils révèlent et produisent.
- Exprimer ses idées oralement, par écrit et au travers de supports multimédia de manière cohérente et convaincante en respectant la déontologie propre à sa profession.
- Adapter ses messages à divers publics.
- Agir clairement, de manière critique et créative pour gérer une situation de communication.
- Travailler efficacement en groupe et en équipe en respectant leurs partenaires.

Démontrer un niveau élevé de compétence professionnelle dans le domaine des options choisies. Ce qui signifie :

Pour les étudiants ayant choisi les options Communication culturelle et ses compléments :

- Démontrer une connaissance et une compréhension solide de la spécificité du secteur non-marchand, et plus particulièrement du secteur de la culture, des auteurs et courants majeurs critiques d'analyse des objets et productions culturelles contemporaines, des modèles d'analyse des politiques culturelles et de leur impact sur le développement territorial (urbain, notamment).
- Définir l'ensemble d'un dispositif concret et efficace de communication événementielle.
- Dialoguer, diriger, et négocier avec les différents interlocuteurs (politiques, employés, dirigeants, techniciens, graphistes...) d'un chargé de communication dans le secteur culturel.

Pour les étudiants ayant choisi l'option Communication web :

- Comprendre, d'analyser, de critiquer la place d'Internet dans la Société.
- Comprendre l'incidence d'Internet sur le travail.
- Elaborer, de mettre en Œuvre et d'évaluer une stratégie de veille et de gestion de réputation en ligne.

Pour les étudiants ayant choisi l'option Stratégies de communications :

- Élaborer, mettre en Œuvre et évaluer une stratégie complète de communication corporate, publique ou politique.
- Réaliser un audit complet de la communication d'une organisation.
- Montrer une connaissance et une compréhension solide des théories et pratiques des médias et de leur rôle dans les stratégies de communication.

Pour les étudiants ayant choisi l'option Nouveaux Médias :

- Montrer une connaissance et une compréhension solide des théories et pratiques des médias et de leur rôle dans les stratégies de communication.
- Comprendre, analyser, critiquer la place d'Internet dans la Société.
- Comprendre, analyser et élaborer les discours multimédias organisationnels en ligne.

Programme structure

> [Tronc commun](#) [en-prog-2015-comm2m1-mcomm201t.html]

Options courses

- > [Options Stratégies de communication et médias](#) [en-prog-2015-comm2m1-mcomm300r.html]
 - > [Stratégies de communication](#) [en-prog-2015-comm2m1-mcomm506o.html]
 - > [Nouveaux médias](#) [en-prog-2015-comm2m1-mcomm507o.html]
- > [Options Communication culturelle](#) [en-prog-2015-comm2m1-mcomm2161r.html]
 - > [Communication culturelle](#) [en-prog-2015-comm2m1-mcomm508o.html]
 - > [Communication culturelle: compléments](#) [en-prog-2015-comm2m1-mcomm509o.html]
- > [Option Communication web](#) [en-prog-2015-comm2m1-mcomm2162r.html]
 - > [Option Communication Web](#) [en-prog-2015-comm2m1-mcomm2017o.html]

COMM2M1 Detailed programme

Programme by subject

CORE COURSES

○ Mandatory

△ Courses not taught during 2015-2016

⊕ Periodic courses taught during 2015-2016

⊗ Optional

⊖ Periodic courses not taught during 2015-2016

■ Activity with requisites

Click on the course title to see detailed informations (objectives, methods, evaluation...)

⊗ Pour les étudiants non-titulaires d'un master

○ MCOMU2106	Ethique de la communication	Philippe Scieur (coord.), null SOMEBODY	30h	5 Credits	1q
○ MCOMU2202	Marketing Communications	Claude Pecheux	30h+0h	5 Credits	1q
○ MCOMU2701	Parcours multimédia	François Fouss, null SOMEBODY, Rémi Tylski	30h+0h	5 Credits	1q

○ MCOMU2901	Mémoire M60 Bachelier	N.		23 Credits	1 + 2q
○ MCOMU2910	Séminaire d'accompagnement au mémoire: concepts et méthodes	Sandrine Roginsky	15h	2 Credits	1q
○ MSHUM2201	Compétences relationnelles	François Lambotte, Laurent Lievens	15h+30h	5 Credits	1q

⌘ Pour les étudiants titulaires d'un master

○ Activités obligatoires

○ MCOMU2701	Parcours multimédia	François Fouss, null SOMEBODY, Rémi Tylski	30h+0h	5 Credits	1q
○ MCOMU2903	Mémoire M60 Master	N.		15 Credits	1 + 2q

○ Activités au choix

Deux cours parmi:

⌘ MCOMU2106	Ethique de la communication	Philippe Scieur (coord.), null SOMEBODY	30h	5 Credits	1q
⌘ MCOMU2202	Marketing Communications	Claude Pecheux	30h+0h	5 Credits	1q
⌘ MSHUM2201	Compétences relationnelles	François Lambotte, Laurent Lievens	15h+30h	5 Credits	1q

OPTIONS

Les étudiants non-titulaires d'un master choisiront une option de 15 crédits parmi les 3 qui lui sont accessibles : les options "de base" "Stratégie de communication", "Communication culturelle" et "Communication web". Les étudiants déjà titulaires d'un master choisiront deux options (une option "de base" et une option de type "compléments") dans le panel d'options qui leur est proposé.

Options Stratégies de communication et médias

- > [Stratégies de communication](#) [en-prog-2015-comm2m1-mcomm506o]
- > [Nouveaux médias](#) [en-prog-2015-comm2m1-mcomm507o]

Options Communication culturelle

- > [Communication culturelle](#) [en-prog-2015-comm2m1-mcomm508o]
- > [Communication culturelle: compléments](#) [en-prog-2015-comm2m1-mcomm509o]

Option Communication web

- > [Option Communication Web](#) [en-prog-2015-comm2m1-mcomm2017o]

OPTIONS STRATÉGIES DE COMMUNICATION ET MÉDIAS

STRATÉGIES DE COMMUNICATION [15.0]

- Mandatory
- Courses not taught during 2015-2016
- Periodic courses taught during 2015-2016
- Optional
- Periodic courses not taught during 2015-2016
- Activity with requisites

Click on the course title to see detailed informations (objectives, methods, evaluation...)

<input type="radio"/> MCOMU2104	Audit de communication	François Lambotte	15h	5 Credits	2q
<input type="radio"/> MCOMU2112	Communication Corporate	Jean-Pascal Bouillon, Damien Renard	30h	5 Credits	1q
<input type="radio"/> MCOMU2110	Communication publique et politique	Olivier Alsteens, Jacques Moisse, Sandrine Roginsky	30h	5 Credits	1q

NOUVEAUX MÉDIAS [15.0]

- Mandatory
- Courses not taught during 2015-2016
- Periodic courses taught during 2015-2016
- Optional
- Periodic courses not taught during 2015-2016
- Activity with requisites

Click on the course title to see detailed informations (objectives, methods, evaluation...)

<input type="radio"/> MCOMU2208	Media planning	Jean-Michel Depasse	30h	5 Credits	2q
<input type="radio"/> MCOMU2209	Internet et société	Sandrine Roginsky	30h	5 Credits	2q
<input type="radio"/> MCOMU2113	Sémiotique du web	Andrea Catellani	30h	5 Credits	2q

OPTIONS COMMUNICATION CULTURELLE**COMMUNICATION CULTURELLE [15.0]**

○ Mandatory

△ Courses not taught during 2015-2016

⊕ Periodic courses taught during 2015-2016

⊗ Optional

⊖ Periodic courses not taught during 2015-2016

■ Activity with requisites

Click on the course title to see detailed informations (objectives, methods, evaluation...)

○ MCOMU2107	Communication du non marchand	Fabienne Thomas	30h+0h	5 Credits	1q
○ MCOMU2702	Communication et production événementielle	Chloé Colpé	30h	5 Credits	1q
○ MCOMU2111	Villes et culture : analyse sociologique	Philippe Scieur, Damien Vanneste	30h	5 Credits	1q

COMMUNICATION CULTURELLE: COMPLÉMENTS [15.0]

○ Mandatory

△ Courses not taught during 2015-2016

⊕ Periodic courses taught during 2015-2016

⊗ Optional

⊖ Periodic courses not taught during 2015-2016

■ Activity with requisites

Click on the course title to see detailed informations (objectives, methods, evaluation...)

○ MCOMU2108	Politiques culturelles	Damien Vanneste	30h+0h	5 Credits	2q
○ MCOMU2109	Pratiques communicationnelles dans le secteur culturel et non marchand	Jean-Luc Depotte, François Lambotte (coord.), null SOMEBODY	30h+0h	5 Credits	2q
○ MCOMU2703	Etudes culturelles	Sébastien Fevry	30h	5 Credits	2q

OPTION COMMUNICATION WEB**OPTION COMMUNICATION WEB [15.0]**

○ Mandatory

△ Courses not taught during 2015-2016

⊕ Periodic courses taught during 2015-2016

⊗ Optional

⊖ Periodic courses not taught during 2015-2016

■ Activity with requisites

Click on the course title to see detailed informations (objectives, methods, evaluation...)

○ MQANT2218	Nouvelles technologies et pratiques émergentes	François Fouss	30h+0h	5 Credits	1q
○ MCOMU2210	Production éditoriale et production médiatique sur le web	Xavier Flament, Alain Gerlache	22.5h	5 Credits	1q
○ MCOMU2211	Media Literacy	Thibault Philippette, Sandrine Roginsky	22.5h	5 Credits	1q

The programme's courses and learning outcomes

For each UCL training programme, a [reference framework of learning outcomes](#) specifies the competences expected of every graduate on completion of the programme. You can see the contribution of each teaching unit to the programme's reference framework of learning outcomes in the document "In which teaching units are the competences and learning outcomes in the programme's reference framework developed and mastered by the student?"

The document is available by clicking [this link](#) after being authenticated with UCL account.

COMM2M1 - Information

Supplementary classes

To enrol for this Masters, the student must have a good command of certain subjects. If this is not the case, they must add preparatory modules to their Master's programme.

○ Mandatory

△ Courses not taught during 2015-2016

⊕ Periodic courses taught during 2015-2016

⊗ Optional

⊖ Periodic courses not taught during 2015-2016

■ Activity with requisites

Click on the course title to see detailed informations (objectives, methods, evaluation...)

○ MCOMU1202	Information et communication : approche sociologique	Marc Lits, Laurence Mundschau (compensates Marc Lits), Sandrine Roginsky	30h+10h	5 Credits	1q
○ MCOMU1201	Anthropologie de la communication	Gérard Derèze, Alain Reyniers, Alain Reyniers (compensates Gérard Derèze)	30h+10h	5 Credits	2q
○ MCOMU1304	Méthodes de recherche en communication	François Lambotte, Sandrine Roginsky	30h+15h	5 Credits	1q
○ MCOMU1305	Narratologie	Michèle Ballez	30h	5 Credits	1q
○ MCOMU1307	Structures socio-économiques des médias	Muriel Hanot	30h+10h	6 Credits	2q
○ MDROI1312	Droit des médias et de la communication	Jean Bourtembourg	30h	4 Credits	2q
○ MSHUM1322	Projet associatif social ou culturel	Pierre Vercauteren	0h+30h	5 Credits	1 + 2q
○ MANG1339	Anglais 3	N.	0h+60h	4 Credits	1 + 2q

○ Cours au choix

Un cours parmi:

⊗ MNEER1341	Néerlandais 3	N.	0h+60h	4 Credits	1 + 2q
⊗ MESPA1340	Espagnol 3	N.	0h+60h	4 Credits	1 + 2q

○ Activité en fonction de la finalité choisie (pour les étudiants des masters 120)

⊗ Pour l'étudiant qui choisit la finalité "Communication du secteur culturel"

○ MCOMU1303	Médias, cultures et société	Xavier Canonne (compensates Sarah Sepulchre), Philippe Scieur, Sarah Sepulchre	30h	5 Credits	2q
-------------	-----------------------------	---	-----	-----------	----

⊗ Pour l'étudiant qui choisit la finalité "Stratégies de communication et médias" du master 120 de jour

○ MCOMU1302	Communication et organisation	François Lambotte, Elise Le Moing (compensates François Lambotte)	30h+20h	5 Credits	2q
-------------	-------------------------------	---	---------	-----------	----

⌘ Pour l'étudiant qui choisit la finalité "Communication interne et ressources humaines" du master 120 (horaire décalé)

<input checked="" type="radio"/> MCOMU1302	Communication et organisation	François Lambotte, Elise Le Moing (compensates François Lambotte)	30h+20h	5 Credits	2q
--	-------------------------------	--	---------	-----------	----

Teaching method

Evaluation

The evaluation methods comply with the [regulations concerning studies and exams](#). More detailed explanation of the modalities specific to each learning unit are available on their description sheets under the heading "Learning outcomes evaluation method".

Mobility and/or Internationalisation outlook

Possible trainings at the end of the programme

Contacts

Curriculum Management

Entite de la structure CCBM

Sigle	CCBM
Dénomination	Com. conjointe des progr. de bachelier en sc.politiques, en sc. humaines et sociales, en information et communication (UCL-Mons)
Adresse	Chaussée de Binche 151 bte M1.01.01 7000 Mons Tél 065 323362 - Fax 065 323500
Secteur	Secteur des sciences humaines (SSH)
Faculté	Faculté des sciences économiques, sociales, politiques et de communication (ESPO)
Commission de programme	Com. conjointe des progr. de bachelier en sc.politiques, en sc. humaines et sociales, en information et communication (UCL-Mons) (CCBM)

Academic Supervisor : [Philippe Scieur](#)

Secrétaire de jury : [Philippe Scieur](#) (Tel: 065/32.32.71)

Président de jury : [Thierry De Smedt](#)

Usefull Contacts

Information pour les futurs étudiants : [Emmanuelle Petit](#)

