

COHM2M

2014 - 2015

Master [120] in Information and Communication (shift
schedule)**At Mons - 120 credits - 2 years - Shift schedule - In french**Dissertation/Graduation Project : **YES** - Internship : **NO**Activities in English: **NO** - Activities in other languages : **NO**Activities on other sites : **NO**Organized by: **Faculté des sciences économiques, sociales, politiques et de communication (ESPO)**Programme code: **cohm2m** - European Qualifications Framework (EQF): 7**Table of contents**

Introduction	2
Teaching profile	3
- Learning outcomes	3
- Programme structure	5
- Detailed programme	5
- Programme by subject	5
Information	8
- Teaching method	8
- Evaluation	8
- Mobility and/or Internationalisation outlook	8
- Possible trainings at the end of the programme	8
- Contacts	8

COHM2M - Introduction

Introduction

COHM2M - Teaching profile

Learning outcomes

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

- 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.
- Démontrer sa compréhension des données essentielles de l'histoire et des théories de la communication.
- 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.
- Démontrer un niveau B2 du « Cadre européen commun de référence pour les langues » en Anglais et dans une seconde langue étrangère. Le niveau B1 sera atteint pour ce qui est de l'expression écrite.
- 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.
- Agir clairement, de manière critique et créative pour gérer une situation de communication.
- Travailler efficacement en groupe et en équipe en respectant leurs partenaires.

En plus de ces compétences communes à tout le master en information et communication, l'étudiant(e) devra démontrer un

niveau élevé de compétence professionnelle dans le domaine de la finalité choisie. En conséquence :

Pour les étudiants ayant suivi la finalité « Communication des entreprises et des institutions » (Mons)

- Démontrer une connaissance et une compréhension solide des théories et pratiques de communication interne et externe ; des modèles d'analyses de réseaux et des stratégies de communication organisationnels ; et des enjeux éthiques et déontologiques de la communication des organisations.
- Élaborer, de mettre en Œuvre, et d'évaluer une stratégie complète de communication
 - Élaborer le contenu du message ;
 - Définir les groupes cibles ;
 - Sélectionner et articuler les canaux ;
 - Planifier ;
 - Budgéter.

Démontrer un niveau élevé de compétence professionnelle en fonction de ses choix d'option :

- Pour l'option en communication Web,
 - de comprendre, d'analyser, de critiquer la place d'Internet dans la Société ;
 - de comprendre l'incidence d'Internet sur le travail ;
 - d'élaborer, de mettre en Œuvre et d'évaluer une stratégie de veille et de gestion de réputation en ligne.
- Pour l'option immersion professionnelle :
 - Prendre un recul critique par rapport à une réalité organisationnelle et communicationnelle afin de mettre en évidence les problèmes observés ;
 - Gérer la relation avec le partenaire et les membres de son organisation ;
 - Sélectionner, hiérarchiser et opérationnaliser des recommandations ;
- Pour l'option langues et cultures
 - Posséder une sensibilité à la diversité culturelle et linguistique de notre société et comprendre ses implications en matière de communication.
 - Démontrer un niveau B1 du « Cadre européen commun de référence pour le langues » en Anglais et dans une seconde langue.
 - Pour l'option « Communication Marketing »
- Comprendre la place de la communication dans une démarche marketing ;
 - Allier créativité et objectifs stratégiques ;
 - Développer et utiliser des outils d'évaluation de campagne de communication marketing, de réaliser une étude de marché.

Pour les étudiants ayant une finalité "Communication des entreprises et des institutions" (Mons)

- Démontrer une connaissance et une compréhension solide des théories et pratiques de communication interne et externe ; des modèles d'analyses de réseaux et des stratégies de communication organisationnels : et des enjeux éthiques et déontologiques de la communication des organisations.

• **Elaborer, mettre en oeuvre et évaluer une stratégie complète de communication :**

- **Elaborer le contenu du message ;**
- **Définir les groupes cibles ;**
- **Sélectionner et articuler les canaux ;**
- **Planifier ;**
- **Budgéter.**

Démontrer un niveau élevé de compétence professionnelle en fonction de ses choix d'option :

- Pour l'option en communication Web,
 - de comprendre, d'analyser, de critiquer la place d'Internet dans la Société ;
 - de comprendre l'incidence d'Internet sur le travail ;
 - d'élaborer, de mettre en Œuvre et d'évaluer une stratégie de veille et de gestion de réputation en ligne.
- Pour l'option immersion professionnelle :
 - Prendre un recul critique par rapport à une réalité organisationnelle et communicationnelle afin de mettre en évidence les problèmes observés ;
 - Gérer la relation avec le partenaire et les membres de son organisation ;
 - Sélectionner, hiérarchiser et opérationnaliser des recommandations ;
- Pour l'option langues et cultures
 - Posséder une sensibilité à la diversité culturelle et linguistique de notre société et comprendre ses implications en matière de communication.
 - Démontrer un niveau B1 du « Cadre européen commun de référence pour le langues » en Anglais et dans une seconde langue.
 - Pour l'option « Communication Marketing »
- Comprendre la place de la communication dans une démarche marketing ;
 - Allier créativité et objectifs stratégiques ;
 - Développer et utiliser des outils d'évaluation de campagne de communication marketing, de réaliser une étude de marché.

Pour les étudiants ayant suivi la finalité « Communication du secteur culturel » (Mons)

- **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.**

Démontrer un niveau élevé de compétence professionnelle en fonction de ses choix d'option :

- Pour l'option en communication Web,
 - de comprendre, d'analyser, de critiquer la place d'Internet dans la Société ;
 - de comprendre l'incidence d'Internet sur le travail ;
 - d'élaborer, de mettre en Œuvre et d'évaluer une stratégie de veille et de gestion de réputation en ligne.
- Pour l'option immersion professionnelle :
 - Prendre un recul critique par rapport à une réalité organisationnelle et communicationnelle afin de mettre en évidence les problèmes observés ;
 - Gérer la relation avec le partenaire et les membres de son organisation ;
 - Sélectionner, hiérarchiser et opérationnaliser des recommandations ;
- Pour l'option langues et cultures
 - Posséder une sensibilité à la diversité culturelle et linguistique de notre société et comprendre ses implications en matière de communication.
 - Démontrer un niveau B1 du « Cadre européen commun de référence pour le langues » en Anglais et dans une seconde langue.
 - Pour l'option « Communication Marketing »
- Comprendre la place de la communication dans une démarche marketing ;
 - Allier créativité et objectifs stratégiques ;
 - Développer et utiliser des outils d'évaluation de campagne de communication marketing, de réaliser une étude de marché.

Pour les étudiants ayant suivi la finalité approfondie (LLN)

- **Démontrer la capacité d'analyser de façon critique et approfondie les médias et les processus d'information et de communication dans leur complexité et leur dimension interdisciplinaire**
- **Rencontrer la nécessité et se donner les moyens théoriques et méthodologiques de poser un regard réflexif pertinent et étayé sur la communication et ses bouleversements contemporains**
- **Se forger le profil d'expert transversal et polyvalent de la communication sachant appréhender les enjeux de la culture médiatique contemporaine et capable d'expertises critiques dans tous les secteurs de la communication**
- **Développer une compétence de « généraliste de la communication » dans une perspective critique et interdisciplinaire**

- Se préparer au parcours spécifique de chercheur en communication et analyse des médias
- Démontrer sa connaissance transversale des différents secteurs professionnels de la communication (journalisme, domaine socio-éducatif et culturel, relation publique et communication des organisations, analyse des médias)
- Acquérir au final les compétences d'un généraliste spécialisé en analyse des médias et de la communication.

Pour les étudiants ayant suivi la finalité « Communication socio-éducative » (LLN)

- En tant que responsable de projet, concevoir, gérer et évaluer des dispositifs complexes et des documents destinés à produire des effets éducatifs ou d'apprentissage sur divers publics (sensibilisation, prévention, promotion, formation, enseignement, appropriation techno-médiatique, éducation aux médias, etc.) :

- identifier les solutions communicationnelles d'un problème individuel ou social de nature complexe;
- choisir une stratégie éducative ;
- scénariser un message ou un dispositif socio-éducatif ;
- superviser un groupe multidisciplinaire de réalisation ;
- accompagner la diffusion ;
- concevoir des critères d'évaluation basés sur des indicateurs repérables ;
- relever les indicateurs ou exploiter des indicateurs existants.

- Synthétiser les résultats et proposer des optimisations.
- Identifier les secteurs d'activité et leurs modes d'interventions éducatives.
- Identifier l'évolution des productions et des dispositifs médiatiques socio-éducatifs, et s'en constituer une littérature dynamique.
- Identifier les connaissances et les cultures en vigueur dans différents groupes sociaux et les solliciter opportunément.
- Participer à la gestion des institutions socio-éducatives.
- Former et informer des collaborateurs à la conception et à l'évaluation éducative des médias.
- Utiliser les techniques audio-scripto-visuelles de base et les média en réseau.
- Développer des recherches pour faire évoluer les pratiques éducatives.

Programme structure

Whatever the focus or the options chosen, the programme of this master shall totalize 120 credits, spread over two years of studies each of 60 credits.

> [Tronc commun](#) [en-prog-2014-cohm2m-mcohm100t.html]

Focuses

> [Finalité Communication interne et ressources humaines](#) [en-prog-2014-cohm2m-mcohm104s]

> [Finalité Communication du secteur culturel](#) [en-prog-2014-cohm2m-mcohm105s]

COHM2M Detailed programme

Programme by subject

CORE COURSES

● Mandatory

△ Courses not taught during 2014-2015

⊕ Periodic courses taught during 2014-2015

⊗ Optional

⊖ Periodic courses not taught during 2014-2015

‡ Two years course

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

Year

1 2

○ Méthodes et mémoire

● MCOHM2950A	Mémoire 120 (Master 1)	N.	5 Credits	x
--------------	------------------------	----	-----------	---

							Year	
							1	2
○ MCOHM2950B	Mémoire HD (Master 2)	N.		15 Credits			x	
○ MMTHD1323	Projet et accompagnement pédagogiques	André Boussard	7.5h+7.5h	5 Credits	1q		x	
○ MMTHD1321	Méthodes de recherche en sciences sociales	Frédéric Moens	45h+0h	7 Credits	1q		x	
○ MCOMU2910	Séminaire d'accompagnement au mémoire: concepts et méthodes	Gérard Derèze	15h+0h	5 Credits	1q		x	

o Médias et communication

○ MSPHD2141	Médias et politique	Frédéric Moens	30h+0h	5 Credits	1q		x	
○ MCOHD2003	Internet & Communication	Pascal Francoq, Alain Gerlache	30h+0h	10 Credits	2q		x	
○ MCOHD2002	Stratégies de communication	Sandrine Agie De Selsaeten, Emmanuel Goedseels	30h+0h	10 Credits	2q		x	
○ MCOHD2001	Médias, culture et société	Sébastien Fevry, Philippe Scieur	30h+0h	10 Credits	1q		x	

o Compétences organisationnelles

○ MSHHD1329	Sociologie des organisations	Philippe Scieur	30h+0h	5 Credits	2q		x	
○ MCOHD2004	Projet professionnel	N.		8 Credits			x	
○ MGEHD2133	Management Skills Seminar	François Lambotte, Laurent Lievens	15h+15h	5 Credits	2q		x	

LIST OF FOCUSES

La finalité « **Communication interne et ressources humaines** » a pour objectif d'initier les étudiants liés à la communication et la gestion des relations humaines au sein de l'organisation.

La finalité « **Communication du secteur culturel** » envisage ce secteur multiforme sous l'angle analytique, en considérant notamment son inscription particulière dans les politiques publiques. Elle développe dans le même temps une approche pragmatique qui fait la part belle à la médiation culturelle et artistique et à la communication, par des réalisations concrètes telles que l'élaboration de campagnes ou la création et la gestion d'événements.

> Finalité Communication interne et ressources humaines [en-prog-2014-cohm2m-mcohm104s]

> Finalité Communication du secteur culturel [en-prog-2014-cohm2m-mcohm105s]

FINALITÉ COMMUNICATION INTERNE ET RESSOURCES HUMAINES

● Mandatory

△ Courses not taught during 2014-2015

⊕ Periodic courses taught during 2014-2015

⊗ Optional

⊖ Periodic courses not taught during 2014-2015

‡ Two years course

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

						Year	
						1	2
● MGEHD2113	Management humain	Christophe Crevieaux	30h+0h	6 Credits	1q		x
● MCOHD2005	Communication interne et communication du changement	Eric Cobut, François Lambotte	45h+0h	13 Credits	2q		x
● MCOMU2104	Séminaire de communication interne	Sylviane Bachy, François Lambotte	30h+0h	5 Credits	2q		x
● MGEHD2120	Responsabilité sociétale des entreprises	Vincent Truyens	30h+0h	6 Credits	1q		x

FINALITÉ COMMUNICATION DU SECTEUR CULTUREL

● Mandatory

△ Courses not taught during 2014-2015

⊕ Periodic courses taught during 2014-2015

⊗ Optional

⊖ Periodic courses not taught during 2014-2015

‡ Two years course

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

						Year	
						1	2
● MCOMU2107	Communication du non marchand	Fabienne Thomas	30h+0h	5 Credits	1q		x
● MCOMU2108	Politiques culturelles	Damien Vanneste	30h+0h	5 Credits	2q		x
● MCOMU2109	Pratiques communicationnelles dans le secteur culturel et non marchand	Jean-Luc Depotte, François Lambotte (coord.), null SOMEBODY	30h+0h	5 Credits	2q		x
● MCOMU2702	Communication événementielle	Chloé Colpé	30h+0h	5 Credits	1q		x
● MCOMU2703	Etudes culturelles	Sébastien Fevry	30h+0h	5 Credits	1q		x
● MCOMU2201	Communication en contexte multiculturel	Alain Reyniers	30h+0h	5 Credits	1q		x

COHM2M - Information

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 : [François Lambotte](#)

Président de jury : **Thierry De Smedt**

Secrétaire de jury : **Philippe Scieur**

Usefull Contacts

Conseillère aux études HD Mons : **Corinne Ranocha**

