

COMU2M1

2014 - 2015

Master [60] en information et communication

A Louvain-la-Neuve - 60 crédits - 1 année - Horaire de jour - En françaisMémoire/Travail de fin d'études : **OUI** - Stage : **optionnel**Activités en anglais: **optionnel**Activités sur d'autres sites : **optionnel**Organisé par: **Faculté des sciences économiques, sociales, politiques et de communication (ESPO)**Code du programme: **comu2m1** - Niveau cadre européen de référence (EQF): 7**Table des matières**

Introduction	2
Profil enseignement	3
- Compétences et acquis au terme de la formation	3
- Structure du programme	5
- Programme détaillé	7
- Programme par matière	7
Informations diverses	22
- Conditions d'admission	22
- Pédagogie	26
- Evaluation au cours de la formation	26
- Mobilité et internationalisation	26
- Formations ultérieures accessibles	26
- Gestion et contacts	26

COMU2M1 - Introduction

INTRODUCTION

Introduction

Le master vous offre:

- une initiation aux théories et méthodes des sciences de l'information et de la communication ;
- une spécialisation dans un des grands domaines de l'information et de la communication ;
- une formation qui intègre vos savoirs et vos questionnements dans le champ de la communication ;
- une approche pédagogique adaptée et originale.

Votre profil

Vous

- êtes diplômé du 2e cycle universitaire et vous souhaitez acquérir une formation complémentaire ;
- voulez réorienter votre carrière ou désirez obtenir un titre universitaire pour pouvoir progresser dans votre entreprise ;
- désirez acquérir une expertise et des compétences professionnelles dans un des grands champs de la communication.

Votre futur job

Nos diplômés trouvent un emploi dans : le journalisme (écrit, radio, télé, multimédia) ; les relations publiques, la communication interne, la communication externe, l'organisation de campagnes, l'intervention d'entreprise, la communication politique ; la publicité sociale, la vulgarisation scientifique, la prévention, l'éducation aux médias, la formation par les médias ; l'animation et la communication culturelle ; l'analyse des médias, la recherche et l'enseignement, etc.

Votre programme

Le programme du Master 60 en information et communication est constitué de 60 crédits répartis de la manière suivante :

- un tronc commun constitué d'un mémoire et de trois cours (30 à 40 crédits) ;
- une à deux options (20 à 30 crédits) parmi :
 - Communication socio-éducative ;
 - Analyse des médias ;
 - Relations publiques et communication d'organisation ;
 - Ecole de Journalisme de Louvain ;
 - Communication culturelle ;
 - Multimédia ;
 - Cours au choix (5 à 10 crédits).

COMU2M1 - Profil enseignement

COMPÉTENCES ET ACQUIS AU TERME DE LA FORMATION

La formation proposée dans le Master 60 en Information et Communication répond à un profil spécifique recherché sur le marché professionnel. En parallèle à l'attente de spécialistes de l'Information et de la Communication, on observe en effet une demande du marché de diplômés provenant d'autres disciplines et formés en information et communication. L'objectif de ce programme est donc d'initier les étudiants aux théories et méthodes des sciences de l'information et de la communication. Il s'agit de leur permettre de maîtriser des techniques propres, tout en valorisant leurs acquis antérieurs.

Ces objectifs sont poursuivis au sein de six options : "Analyse des médias", "Communication socio-éducative", "Relations publiques et communication d'organisation", "Ecole de Journalisme de Louvain", "Multimédia" et "Communication culturelle".

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 « Analyse des médias » :

- Démontrer la capacité d'analyser 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 sur la communication et ses bouleversements contemporains.

Pour les étudiants ayant suivi l'option « Communication socio-éducative » :

- En tant que collaborateur, concevoir, gérer et évaluer des dispositifs usuels 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;
 - choisir une stratégie éducative;
 - scénariser un message ou un dispositif socio-éducatif;
 - travailler en coopération au sein d'une équipe professionnelle multidisciplinaire;
 - 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.
- Connaître les principaux systèmes médiatiques socio-éducatifs.
- Se documenter sur les connaissances et les cultures en vigueur dans différents groupes sociaux et les solliciter opportunément.
- Participer à la gestion des institutions socio-éducatives.
- Utiliser les techniques audio-scripto-visuelles de base et les média en réseau.
- Comprendre des rapports de recherche et formuler des thématiques susceptibles de faire évoluer les pratiques éducatives.

Pour les étudiants ayant suivi l'option « Relations publiques et communication d'organisation » :

- Faire une synthèse globale face aux enjeux de communication des organisations, et comprendre le rôle et la place de la communication au sein du management global.
- Maîtriser les principales techniques : relations presse, communication événementielle, sponsoring, identité visuelle, audiovisuel d'entreprise,
- Organiser la présence de l'organisation sur les réseaux sociaux, la publicité, le lobbying.
- Avoir la capacité de remettre en question ses pratiques et d'avoir en permanence une vision éthique de la communication des organisations.

Pour les étudiants ayant suivi l'option « Ecole de journalisme de Louvain » :

- Maîtriser les techniques et les démarches journalistiques en presse écrite.
- Maîtriser les enjeux socio-économiques de l'information jusque dans leurs dimensions d'organisation et de gestion.
- Maîtriser la culture critique du journalisme dans ses dimensions de connaissance d'actualité, d'histoire et de sociologie du journalisme.
- Maîtriser les enjeux théoriques et pratiques de la régulation légale, déontologique et éthique des médias.
- Maîtriser les connaissances et les cadres critiques nécessaires à la compréhension des enjeux socio-politiques de l'information.

Pour les étudiants ayant suivi l'option « Communication des entreprises et des institutions » :

- Démontrer une connaissance et une compréhension
 - des théories de communication interne et externe ;
 - des modèles d'analyse de réseaux et des stratégies de communication organisationnelles ;
 - des enjeux éthiques et déontologiques de la communication des organisations.

Pour les étudiants ayant choisi l'option « Communication culturelle » :

- Concevoir les particularités de ce secteur d'activité particulier que sont les "entreprises" culturelles.
- Comprendre les spécificités de la communication utilisée par le secteur culturel.
- Saisir les enjeux, notamment communicationnels, liés au secteur culturel, aux "entreprises" culturelles, aux "objets" culturels.
- Situer leurs pratiques par rapport aux autres types de communication et au sein des différentes traditions d'analyse de la communication culturelle.
- Développer toutes les phases d'un projet de communication culturelle (conception, financement, aspects culturels, aspects communicationnels, concrétisation...).
- Poser un regard critique sur le secteur, les entreprises le composant, les pratiques le traversant, les objets et productions culturelles.

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 suivi les options « Analyse des médias » :

- 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.

Pour les étudiants ayant suivi les options « Communication socio-éducative » :

- En tant que collaborateur, concevoir, gérer et évaluer des dispositifs usuels 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;
 - choisir une stratégie éducative;
 - scénariser un message ou un dispositif socio-éducatif;
 - travailler en coopération au sein d'une équipe professionnelle multidisciplinaire;
 - accompagner la diffusion;
 - concevoir des critères d'évaluation basés sur des indicateurs repérables;
 - exploiter à bon escient des indicateurs existants.
- Synthétiser les résultats et proposer des optimisations.
- Identifier les secteurs d'activité et leurs modes d'interventions éducatives.
- Connaître les principaux systèmes médiatiques socio-éducatifs.
- Se documenter sur les connaissances et les cultures en vigueur dans différents groupes sociaux et les solliciter opportunément.
- Participer à la gestion des institutions socio-éducatives.
- Utiliser les techniques audio-scripto-visuelles de base et les média en réseau.
- Comprendre des rapports de recherche et formuler des thématiques susceptibles de faire évoluer les pratiques éducatives.

Pour les étudiants ayant suivi les options « Relations publiques et communication d'organisation » :

- Faire une synthèse globale face aux enjeux de communication des organisations, et comprendre le rôle et la place de la communication au sein du management global.
- Elaborer une stratégie de communication globale, interne ou externe et la formaliser dans un plan de communication,
- Maîtriser les principales techniques : relations presse, communication événementielle, sponsoring, identité visuelle, audiovisuel d'entreprise,
- Démontrer sa connaissance des méthodes de la communication marketing lui permettant de faire le lien entre les problématiques de vente et de réputation. Les techniques de promotion, de merchandising, de marketing direct et de e-marketing seront connues.
- Organiser la présence de l'organisation sur les réseaux sociaux.
- Avoir la capacité de remettre en question ses pratiques et d'avoir en permanence une vision éthique de la communication des organisations.

Pour les étudiants ayant suivi les options « Ecole de journalisme de Louvain » :

- Maîtriser les techniques et les démarches journalistiques de chacun des médias, comme du journalisme intégré dans une organisation multimédia.
- Maîtriser la création, l'organisation et la réalisation de productions journalistiques dans toutes leurs dimensions.
- Maîtriser les techniques de production et d'écriture de narrations journalistiques de temps bref et de temps long.
- Maîtriser les enjeux socio-économiques de l'information jusque dans leurs dimensions d'organisation et de gestion.
- Maîtriser la culture critique du journalisme dans ses dimensions de connaissance d'actualité, d'histoire et de sociologie du journalisme.
- Maîtriser les enjeux théorique et pratiques de la régulation légale, déontologique et éthique des médias.
- Maîtriser les connaissances et les cadres critiques nécessaires à la compréhension des enjeux socio-politiques de l'information.

Pour les étudiants ayant suivi les options « Communication des entreprises et des institutions » :

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

Pour les étudiants ayant choisi les options « Communication culturelle » :

- Concevoir les particularités de ce secteur d'activité particulier que sont les "entreprises" culturelles.
- Comprendre les spécificités de la communication utilisée par le secteur culturel.
- Saisir les enjeux, notamment communicationnels, liés au secteur culturel, aux "entreprises" culturelles, aux "objets" culturels.
- Situer leurs pratiques par rapport aux autres types de communication et au sein des différentes traditions d'analyse de la communication culturelle.
- Développer toutes les phases d'un projet de communication culturelle (conception, financement, aspects culturels, aspects communicationnel, concrétisation...).
- Poser un regard critique sur le secteur, les entreprises le composant, les pratiques le traversant, les objets et productions culturelles.

STRUCTURE DU PROGRAMME

Le programme du Master 60 en information et communication est constitué de 60 crédits répartis différemment en fonction de son parcours antérieur :

Les étudiants non-titulaires d'un master, bachelier en information et communication, ou ayant accès à ce master sans avoir un diplôme de second cycle, sont amenés à suivre :

- les activités d'un tronc commun (40 crédits) dont un mémoire pour 25 crédits;
- l'une des 6 options qui lui sont proposées (15 crédits);
- un cours au choix parmi la liste des cours au choix (5 crédits).

Les étudiants titulaires d'un master ou d'une licence (2^o cycle) ayant déjà réalisé un travail de fin d'études dans un cursus de 2^e cycle sont amenés à suivre :

- les activités d'un tronc commun (30 crédits) dont un mémoire ou un mémoire-stage pour 15 crédits;
- deux des 14 options et/ou cours au choix (30 crédits).

A noter que l'étudiant titulaire d'un master et/ou d'un diplôme de bachelier **sans mineure en information et communication** doit aussi suivre un cours de pré-requis de l'option de base choisie.

[> Tronc commun \(30 à 40 crédits\) \[prog-2014-comu2m1-lcomu201t.html\]](#)

[Options et/ou cours au choix](#)

- > [Options Communication socio-éducative \[prog-2014-comu2m1-lcomu301r.html\]](#)
 - > [Option Communication socio-éducative \[prog-2014-comu2m1-lcomu302o.html\]](#)
 - > [Option Communication socio-éducative : compléments \[prog-2014-comu2m1-lcomu303o.html\]](#)
- > [Options Analyse des médias \[prog-2014-comu2m1-lcomu302r.html\]](#)
 - > [Option Analyse des médias \[prog-2014-comu2m1-lcomu315o.html\]](#)
 - > [Option Analyse des médias : compléments \[prog-2014-comu2m1-lcomu316o.html\]](#)
- > [Options Relations publiques et communication d'organisation \[prog-2014-comu2m1-lcomu304r.html\]](#)
 - > [Option Relations publiques et communication d'organisation \[prog-2014-comu2m1-lcomu305o.html\]](#)
 - > [Option Relations publiques et communication d'organisation : compléments \[prog-2014-comu2m1-lcomu306o.html\]](#)
- > [Options Ecole de Journalisme de Louvain \[prog-2014-comu2m1-lcomu307r.html\]](#)
 - > [Option Ecole de Journalisme de Louvain \[prog-2014-comu2m1-lcomu308o.html\]](#)
 - > [Option Ecole de Journalisme de Louvain : compléments \[prog-2014-comu2m1-lcomu309o.html\]](#)
- > [Options Communication culturelle \[prog-2014-comu2m1-lcomu308r.html\]](#)
 - > [Option Communication culturelle \[prog-2014-comu2m1-lcomu320o.html\]](#)
 - > [Option Communication culturelle : compléments \[prog-2014-comu2m1-lcomu321o.html\]](#)
- > [Options Multimédia \[prog-2014-comu2m1-lcomu310r.html\]](#)
 - > [Option Multimédia \[prog-2014-comu2m1-lcomu311o.html\]](#)
 - > [Option Multimédia complément \[prog-2014-comu2m1-lcomu314o.html\]](#)
 - > [Option Multimédia : perfectionnement \[prog-2014-comu2m1-lcomu312o.html\]](#)
- > [Cours au choix \[prog-2014-comu2m1-lcomu313r.html\]](#)
 - > [Cours au choix \(5 à 10 crédits\) \[prog-2014-comu2m1-lcomu313o.html\]](#)

COMU2M1 Programme détaillé

PROGRAMME PAR MATIÈRE

Tronc Commun

○ Obligatoire

△ Activité non dispensée en 2014-2015

⊕ Activité cyclique dispensée en 2014-2015

⊗ Au choix

⊙ Activité cyclique non dispensée en 2014-2015

⊞ Activité de deux ans

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

⊗ Pour les étudiants non-titulaires d'un master

○ Activités obligatoires (30 crédits)

○ LCOMU2901	Mémoire	N.		23 Crédits	
○ LCOMU2910	Séminaire d'accompagnement : méthodologie	Sarah Sepulchre	15h	2 Crédits	1 + 2q
○ LCOMU2701	Parcours multimédia	Thierry De Smedt, Jean-Claude Guyot, Yves Thiran, Philippe Verhaegen	30h	5 Crédits	1q

○ Activités au choix (10 crédits)

Deux cours à choisir parmi :

⊗ LCOMU1322	Droit des médias et de la communication	François Jongen	30h	5 Crédits	1q
⊗ LCOMU2200	Etudes culturelles	Alain Reyniers, Sarah Sepulchre	30h	5 Crédits	1q
⊗ LCOMU2230	Programmes et publics de la radio-tv	Frédéric Antoine	30h	5 Crédits	1q
⊗ LCOMU2270	Sémiotique cognitive	Pierre Fastrez	30h	5 Crédits	2q
⊗ LCOMU2706	Psychosociologie	N.	30h	5 Crédits	
⊗ LCOMU2360	Marketing et stratégies communicationnelles	Julie Emontspool, Baudouin Velge	30h	5 Crédits	2q
⊗ LCOMU2430	Déontologie et analyse critique du journalisme	Benoît Grevisse	30h	5 Crédits	1q
⊗ LCOMU2606	Communication interculturelle	Alain Reyniers	30h	5 Crédits	2q
⊗ LCOMU2640	Education aux médias	Thierry De Smedt	30h	5 Crédits	1q
⊗ MSHUM2201	Compétences relationnelles	François Lambotte, Laurent Lievens	15h+30h	5 Crédits	1q
⊗ MCOMU2201	Communication en contexte multiculturel	Alain Reyniers	30h+0h	5 Crédits	1q
⊗ MCOMU2106	Ethique de l'information et de la communication	Eric Cobut, Philippe Scieur (coord.)	30h+0h	5 Crédits	2q
⊗ MCOMU2703	Etudes culturelles	Sébastien Fevry	30h+0h	5 Crédits	1q
⊗ MDROI1312	Droit des médias et de la communication	Jean Bourtembourg	30h+0h	5 Crédits	2q

⊗ Pour les étudiants titulaires d'un master

○ Activités obligatoires (20 crédits)

○ LCOMU2902	Mémoire	N.		15 Crédits	
-------------	---------	----	--	------------	--

○ LCOMU2701	Parcours multimédia	Thierry De Smedt, Jean-Claude Guyot, Yves Thiran, Philippe Verhaegen	30h	5 Crédits	1q
-------------	---------------------	---	-----	-----------	----

○ Activités au choix (10 crédits)

Deux cours à choisir parmi :

⊗ LCOMU1322	Droit des médias et de la communication	François Jongen	30h	5 Crédits	1q
⊗ LCOMU2200	Etudes culturelles	Alain Reyniers, Sarah Sepulchre	30h	5 Crédits	1q
⊗ LCOMU2230	Programmes et publics de la radio-tv	Frédéric Antoine	30h	5 Crédits	1q
⊗ LCOMU2270	Sémiotique cognitive	Pierre Fastrez	30h	5 Crédits	2q
⊗ LCOMU2706	Psychosociologie	N.	30h	5 Crédits	
⊗ LCOMU2360	Marketing et stratégies communicationnelles	Julie Emontspool, Baudouin Velge	30h	5 Crédits	2q
⊗ LCOMU2430	Déontologie et analyse critique du journalisme	Benoît Grevisse	30h	5 Crédits	1q
⊗ LCOMU2606	Communication interculturelle	Alain Reyniers	30h	5 Crédits	2q
⊗ LCOMU2640	Education aux médias	Thierry De Smedt	30h	5 Crédits	1q
⊗ MSHUM2201	Compétences relationnelles	François Lambotte, Laurent Lievens	15h+30h	5 Crédits	1q
⊗ MCOMU2201	Communication en contexte multiculturel	Alain Reyniers	30h+0h	5 Crédits	1q
⊗ MCOMU2106	Ethique de l'information et de la communication	Eric Cobut, Philippe Scieur (coord.)	30h+0h	5 Crédits	2q
⊗ MCOMU2703	Etudes culturelles	Sébastien Fevry	30h+0h	5 Crédits	1q
⊗ MDROI1312	Droit des médias et de la communication	Jean Bourtembourg	30h+0h	5 Crédits	2q

Options et/ou cours au choix

Les étudiants non-titulaires d'un master choisiront une option parmi les 6 qui lui sont accessibles, ainsi qu'un cours au choix dans la liste proposée.

Les étudiants déjà titulaires d'un master choisiront deux options et/ou cours au choix parmi les 14 qui lui sont proposées.

Options Communication socio-éducative

- > [Option Communication socio-éducative](#) [prog-2014-comu2m1-lcomu302o]
- > [Option Communication socio-éducative : compléments](#) [prog-2014-comu2m1-lcomu303o]

Options Analyse des médias

- > [Option Analyse des médias](#) [prog-2014-comu2m1-lcomu315o]
- > [Option Analyse des médias : compléments](#) [prog-2014-comu2m1-lcomu316o]

Options Relations publiques et communication d'organisation

- > [Option Relations publiques et communication d'organisation](#) [prog-2014-comu2m1-lcomu305o]
- > [Option Relations publiques et communication d'organisation : compléments](#) [prog-2014-comu2m1-lcomu306o]

Options Ecole de Journalisme de Louvain

- > [Option Ecole de Journalisme de Louvain](#) [prog-2014-comu2m1-lcomu308o]
- > [Option Ecole de Journalisme de Louvain : compléments](#) [prog-2014-comu2m1-lcomu309o]

Options Communication culturelle

- > [Option Communication culturelle](#) [prog-2014-comu2m1-lcomu320o]
- > [Option Communication culturelle : compléments](#) [prog-2014-comu2m1-lcomu321o]

Options Multimédia

- > [Option Multimédia](#) [prog-2014-comu2m1-lcomu311o]
- > [Option Multimédia complément](#) [prog-2014-comu2m1-lcomu314o]
- > [Option Multimédia : perfectionnement](#) [prog-2014-comu2m1-lcomu312o]

Cours au choix

- > [Cours au choix \(5 à 10 crédits\)](#) [prog-2014-comu2m1-lcomu313o]

Options Communication socio-éducative

Le cours suivant est prérequis à ces options : COMU1328 Arts et civilisation, culture et éducation.

Le choix des cours suivants du tronc commun sont conseillés pour ces options :

- LCOMU2200 Etudes culturelles;
- LCOMU2606 Communication interculturelle;
- LCOMU2640 Education aux médias.

Option Communication socio-éducative [15.0]

○ Obligatoire

△ Activité non dispensée en 2014-2015

⊕ Activité cyclique dispensée en 2014-2015

⊗ Au choix

⊙ Activité cyclique non dispensée en 2014-2015

‡ Activité de deux ans

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

○ LCOMU2663	Effets éducatifs des médias	Thierry De Smedt, Patrick Verniers	30h	5 Crédits	1q
○ LCOMU2604	Atelier de conception et d'évaluation de médias éducatifs	Thierry De Smedt	22.5h	5 Crédits	1 + 2q
○ LCOMU2702	Médias numériques et éducation	Daniel Peraya	22.5h	5 Crédits	1q

Option Communication socio-éducative : compléments [15.0]

○ Obligatoire

△ Activité non dispensée en 2014-2015

⊕ Activité cyclique dispensée en 2014-2015

⊗ Au choix

⊙ Activité cyclique non dispensée en 2014-2015

‡ Activité de deux ans

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

Option accessible uniquement aux étudiants ayant suivi l'option "Communication socio-éducative". Trois cours à choisir parmi :

⊗ LCOMU2221	Analyse des productions cinématographiques	Sébastien Fevry, Philippe Marion	22.5h	5 Crédits	2q
⊗ LCOMU2223	Langage sonore	Thierry De Smedt	22.5h	5 Crédits	2q
⊗ LCOMU2603	Séminaire de recherches en communication socio-éducative	Thierry De Smedt, Pierre Fastrez	22.5h	5 Crédits	1 + 2q
⊗ LCOMU2602	Systèmes médiatiques de formation à distance	Daniel Peraya	22.5h	5 Crédits	2q
⊗ LCOMU2607	Analyse des productions documentaires	Gérard Derèze (coord.), Marc Lits, Alain Reyniers	30h	5 Crédits	2q
⊗ LCOMU2605	Analyse des productions culturelles et médiatiques	Nadja Cohen, Sarah Sepulchre	30h	5 Crédits	2q
⊗ LCOMU2600	Vulgarisation scientifique	Philippe Verhaegen	30h	5 Crédits	1q

Options Analyse des médias

Le cours COMU1328 "Arts et civilisation, culture et éducation" est un pré-requis à ces options.

Le choix des cours suivants du tronc commun sont conseillés pour ces options :

- LCOMU2200 Etudes culturelles;
- LCOMU2230 Programmes et publics de la radio-tv;
- LCOMU2270 Sémiotique cognitive;
- LCOMU2606 Communication interculturelle.

Option Analyse des médias [15.0]

○ Obligatoire

△ Activité non dispensée en 2014-2015

⊕ Activité cyclique dispensée en 2014-2015

⊗ Au choix

⊙ Activité cyclique non dispensée en 2014-2015

⊞ Activité de deux ans

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

○ LCOMU2250	Narratologie médiatique	Philippe Marion	30h	5 Crédits	2q
○ LCOMU2110	Analyse socio-politique des médias	Marc Lits, Jean-Paul Marthoz (supplée Marc Lits), Géraldine Muhlmann (supplée Marc Lits)	30h	5 Crédits	1q
○ LCOMU2100	Séminaire interdisciplinaire de recherche en communication	Frédéric Lambert (supplée Marc Lits), Marc Lits, Philippe Marion	30h	5 Crédits	1 + 2q

Option Analyse des médias : compléments [15.0]

○ Obligatoire

△ Activité non dispensée en 2014-2015

⊕ Activité cyclique dispensée en 2014-2015

⊗ Au choix

⊙ Activité cyclique non dispensée en 2014-2015

⊞ Activité de deux ans

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

Option accessible uniquement aux étudiants ayant suivi l'option "Analyse des médias". Trois cours à choisir parmi :

⊗ LCOMU2221	Analyse des productions cinématographiques	Sébastien Fevry, Philippe Marion	22.5h	5 Crédits	2q
⊗ LCOMU2223	Langage sonore	Thierry De Smedt	22.5h	5 Crédits	2q
⊗ LCOMU2200	Etudes culturelles	Alain Reyniers, Sarah Sepulchre	30h	5 Crédits	1q
⊗ LCOMU2601	Anthroposociologie des lieux de communication	Alain Reyniers	30h	5 Crédits	1q
⊗ LCOMU2605	Analyse des productions culturelles et médiatiques	Nadja Cohen, Sarah Sepulchre	30h	5 Crédits	2q
⊗ LCOMU2607	Analyse des productions documentaires	Gérard Derèze (coord.), Marc Lits, Alain Reyniers	30h	5 Crédits	2q

Options Relations publiques et communication d'organisation

Le cours suivant est prérequis à ces options : COMU1325 Communication et organisation.

Le choix des cours suivants du tronc commun sont conseillés pour ces options :

- LCOMU2360 Marketing et stratégies communicationnelles
- LCOMU2606 Communication interculturelle

Option Relations publiques et communication d'organisation [15.0]

- Obligatoire
 Activité non dispensée en 2014-2015
 Activité cyclique dispensée en 2014-2015
- Au choix
 Activité cyclique non dispensée en 2014-2015
 Activité de deux ans

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

<input type="radio"/> LCOMU2300	Relations publiques	Andrea Catellani, Christine Donjean	30h	5 Crédits	2q
<input type="radio"/> LCOMU2310	Communications stratégiques des organisations	Philippe Crêteur, Christine Donjean	30h	5 Crédits	1q
<input type="radio"/> LCOMU2330	Communication publicitaire	Philippe Marion	30h	5 Crédits	1q

Option Relations publiques et communication d'organisation : compléments [15.0]

- Obligatoire
 Activité non dispensée en 2014-2015
 Activité cyclique dispensée en 2014-2015
- Au choix
 Activité cyclique non dispensée en 2014-2015
 Activité de deux ans

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

Option accessible uniquement aux étudiants ayant suivi l'option "Relations publiques et communication d'organisation".

 Activité obligatoire (5 crédits)

<input type="radio"/> LCOMU2340	Atelier d'écriture communicationnelle et graphisme	Philippe Marion, Romain Rihoux	30h	5 Crédits	1 + 2q
---------------------------------	--	-----------------------------------	-----	-----------	-----------

 Activités au choix (10 crédits)

2 parmi :

<input checked="" type="radio"/> LCOMU2610	Communication interne	Andrea Catellani, Christine Hambursin, François Lambotte	30h	5 Crédits	2q
<input checked="" type="radio"/> LCOMU2615	Communication externe	Nicolas Baygert, Elise Le Moing, Pierre Verbeeren	30h	5 Crédits	1q
<input checked="" type="radio"/> LCOMU2617	Communication publique	Olivier Alsteens, Jacques Moisse	30h	5 Crédits	2q
<input checked="" type="radio"/> LCOMU2613	Communication sensible	Thierry Bouckaert, Christine Hambursin, Didier Heiderich	30h	5 Crédits	1q
<input checked="" type="radio"/> LCOMU2350	Evaluation de la communication d'organisation	Assaël Adary, Caroline Sauvajol- Rialland	30h	5 Crédits	2q
<input checked="" type="radio"/> LCOMU2706	Psychosociologie	N.	30h	5 Crédits	
<input checked="" type="radio"/> LCOMU2708	Relations presse	Laurent-Paul Van Steirtegem	30h	5 Crédits	1q
<input checked="" type="radio"/> LCOMU2705	Web strategies, actions and metrics	Lionel Groetaers, Jonathan Mingoia	30h	5 Crédits	2q

Options Ecole de Journalisme de Louvain

Le cours suivant est prérequis à ces options : LCOMU1323 Presse, journalisme et société

Le choix des cours suivants du tronc commun sont conseillés pour ces options :

- LCOMU2430 Déontologie et analyse critique du journalisme;
- LCOMU1322 Droits des médias et de la communication.

Option Ecole de Journalisme de Louvain [15.0]

○ Obligatoire

△ Activité non dispensée en 2014-2015

⊕ Activité cyclique dispensée en 2014-2015

⊗ Au choix

⊙ Activité cyclique non dispensée en 2014-2015

‡ Activité de deux ans

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

○ LCOMU2401	Journalisme de presse écrite, graphisme, multimedia	Frédéric Antoine, Anne-Sophie Bailly, Francois Brabant, Benoît Grevisse, Nathanaël Jacqmin, Xavier Lambert, Jean-Pierre Stroobants, Laurence Van Ruymbeke	60h	5 Crédits	1 + 2q
○ LCOMU2410	Méthodes de recherches et de veille de l'information	Gérard Derèze, Benoît Grevisse, André Thiel	30h	5 Crédits	1q
○ LCOMU2420	Connaissance de l'actualité	Gérard Derèze	30h	5 Crédits	1 + 2q

Option Ecole de Journalisme de Louvain : compléments [15.0]

○ Obligatoire

△ Activité non dispensée en 2014-2015

⊕ Activité cyclique dispensée en 2014-2015

⊗ Au choix

⊙ Activité cyclique non dispensée en 2014-2015

‡ Activité de deux ans

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

Option accessible uniquement aux étudiants ayant suivi l'option "Ecole de Journalisme de Louvain".

○ LCOMU2402	Journalisme radio	Dominique Delhalle, Benoît Grevisse, Olivier Nederlandt, François Ryckmans	30h	5 Crédits	1 + 2q
○ LCOMU2403	Journalisme de télévision	Thierry Bellefroid, Benoît Grevisse, Alain Lallemand, Yves Thiran, Gregory Willocq	30h	5 Crédits	1 + 2q
○ LCOMU2631	Enjeux socio-économiques du journalisme	Frédéric Antoine	30h	5 Crédits	2q

Options Communication culturelle

Un cours au choix suivant est prérequis à ces options :

- LCOMU1328 Arts et civilisation, culture et éducation;
- MCOMU1206 Arts, culture et société.

Le choix des cours suivants du tronc commun sont conseillés pour ces options :

- LCOMU2200/MCOMU2703 Etudes culturelles;
- LCOMU2606 Communication interculturelle;
- LCOMU2360 Marketing et stratégies communicationnelles;
- MCOMU2106 Ethique de l'information et de la communication.

Option Communication culturelle [15.0]

● Obligatoire

△ Activité non dispensée en 2014-2015

⊕ Activité cyclique dispensée en 2014-2015

⊗ Au choix

⊙ Activité cyclique non dispensée en 2014-2015

‡ Activité de deux ans

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

Trois cours à choisir parmi :

⊗ LCOMU2260	Politiques de la culture	Patrick Colpé, Sarah Sepulchre	30h	5 Crédits	2q
⊗ LCOMU2645	Communication des organismes culturels	Fabienne Guillaume, Sarah Sepulchre	30h	5 Crédits	2q
⊗ LCOMU2340	Atelier d'écriture communicationnelle et graphisme	Philippe Marion, Romain Rihoux	30h	5 Crédits	1 + 2q
⊗ MCOMU2107	Communication du non marchand	Fabienne Thomas	30h+0h	5 Crédits	1q
⊗ MCOMU2108	Politiques culturelles	Damien Vanneste	30h+0h	5 Crédits	2q
⊗ MCOMU2109	Pratiques communicationnelles dans le secteur culturel et non marchand	Jean-Luc Depotte, François Lambotte (coord.), null SOMEBODY	30h+0h	5 Crédits	2q

Option Communication culturelle : compléments [15.0]

● Obligatoire

△ Activité non dispensée en 2014-2015

⊕ Activité cyclique dispensée en 2014-2015

⊗ Au choix

⊙ Activité cyclique non dispensée en 2014-2015

‡ Activité de deux ans

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

Option accessible uniquement aux étudiants ayant suivi l'option "Communication culturelle". Trois cours à choisir parmi :

⊗ LCOMU2605	Analyse des productions culturelles et médiatiques	Nadja Cohen, Sarah Sepulchre	30h	5 Crédits	2q
⊗ LCOMU2601	Anthroposociologie des lieux de communication	Alain Reyniers	30h	5 Crédits	1q
⊗ LCOMU2221	Analyse des productions cinématographiques	Sébastien Fevry, Philippe Marion	22.5h	5 Crédits	2q
⊗ LCOMU2223	Langage sonore	Thierry De Smedt	22.5h	5 Crédits	2q
⊗ LCOMU2615	Communication externe	Nicolas Baygert, Elise Le Moing, Pierre Verbeeren	30h	5 Crédits	1q
⊗ LCOMU2330	Communication publicitaire	Philippe Marion	30h	5 Crédits	1q
⊗ MCOMU2702	Communication événementielle	Chloé Colpé	30h+0h	5 Crédits	1q
⊗ MCOMU2703	Etudes culturelles	Sébastien Fevry	30h+0h	5 Crédits	1q
⊗ MCOMU2201	Communication en contexte multiculturel	Alain Reyniers	30h+0h	5 Crédits	1q

Options Multimédia

Un cours au choix suivant est prérequis à ces options :

- COMU1312 Technologies multimédia
- MCOMU1203 Informatique et multimédia.

Le choix des cours suivants du tronc commun sont conseillés pour ces options :

- LCOMU1322 Droits des médias et de la communication;
- LCOMU2360 Marketing et stratégies communicationnelles;
- MCOMU2201 Com. en contexte multiculturel;
- MCOMU2106 Ethique de l'information et de la communication.

Option Multimédia [15.0]

○ Obligatoire

△ Activité non dispensée en 2014-2015

⊕ Activité cyclique dispensée en 2014-2015

⊗ Au choix

⊙ Activité cyclique non dispensée en 2014-2015

⊞ Activité de deux ans

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

Trois cours à choisir parmi :

⊗ LCOMU2660	Théories et enjeux sociotechniques du multimédia	Gérard Valenduc, Philippe Verhaegen	22.5h	5 Crédits	2q
⊗ LCOMU2702	Médias numériques et éducation	Daniel Peraya	22.5h	5 Crédits	1q
⊗ MCOMU2207	E-travail	Sandrine Roginsky	30h+0h	5 Crédits	1q
⊗ MCOMU2208	Web Strategies, Actions and Metrics	Jean-Michel Depasse	30h+0h	5 Crédits	1q
⊗ MCOMU2209	Internet et société	Sandrine Roginsky	30h+0h	5 Crédits	1q
⊗ LCOMU2704	Laboratoire de multimédia éducatif	Philippe Verhaegen	22.5h	5 Crédits	2q

Option Multimédia complément [15.0]

○ Obligatoire

△ Activité non dispensée en 2014-2015

⊕ Activité cyclique dispensée en 2014-2015

⊗ Au choix

⊙ Activité cyclique non dispensée en 2014-2015

⊞ Activité de deux ans

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

Option accessible uniquement aux étudiants ayant suivi l'option "Multimédia". Trois cours à choisir parmi :

⊗ LCOMU2602	Systèmes médiatiques de formation à distance	Daniel Peraya	22.5h	5 Crédits	2q
⊗ LCOMU2660	Théories et enjeux sociotechniques du multimédia	Gérard Valenduc, Philippe Verhaegen	22.5h	5 Crédits	2q
⊗ LCOMU2600	Vulgarisation scientifique	Philippe Verhaegen	30h	5 Crédits	1q
⊗ LCOMU2604	Atelier de conception et d'évaluation de médias éducatifs	Thierry De Smedt	22.5h	5 Crédits	1 + 2q

Option Multimédia : perfectionnement [15.0]

○ Obligatoire

△ Activité non dispensée en 2014-2015

⊕ Activité cyclique dispensée en 2014-2015

⊗ Au choix

⊙ Activité cyclique non dispensée en 2014-2015

⊞ Activité de deux ans

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

L'option Multimédia : perfectionnement est une option réalisée en collaboration avec l'IAD. Option accessible uniquement aux étudiants ayant suivi l'option "multimédia". 15 crédits parmi:

⊗ LCOMU2661	Informatique multimédia	Christophe De Vleeschouwer, Xavier Marichal	30h	5 Crédits	2q
⊗ LIADA2663	Pratique des langages statiques	N.	15h	2 Crédits	
⊗ LIADA2664	Pratique des langages dynamiques	N.	15h	2 Crédits	
⊗ LIADA2665	Initiation graphique et audiovisuelle	N.	15h	6 Crédits	
⊗ LIADA2666	Atelier de réalisation multimédia	N.	15h	4 Crédits	

Cours au choix

Cours au choix (5 à 10 crédits)

● Obligatoire

△ Activité non dispensée en 2014-2015

⊕ Activité cyclique dispensée en 2014-2015

⊗ Au choix

⊙ Activité cyclique non dispensée en 2014-2015

‡ Activité de deux ans

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

L'étudiant complète son programme en choisissant un ou deux cours parmi :

⊗ LCOMU2270	Sémiotique cognitive	Pierre Fastrez	30h	5 Crédits	2q
⊗ LCOMU2230	Programmes et publics de la radio-tv	Frédéric Antoine	30h	5 Crédits	1q
⊗ LCOMU2250	Narratologie médiatique	Philippe Marion	30h	5 Crédits	2q
⊗ LCOMU2300	Relations publiques	Andrea Catellani, Christine Donjean	30h	5 Crédits	2q
⊗ LCOMU2310	Communications stratégiques des organisations	Philippe Créteur, Christine Donjean	30h	5 Crédits	1q
⊗ LCOMU2606	Communication interculturelle	Alain Reyniers	30h	5 Crédits	2q
⊗ LCOMU2706	Psychosociologie	N.	30h	5 Crédits	
⊗ MCOMU2703	Etudes culturelles	Sébastien Fevry	30h+0h	5 Crédits	1q
⊗ MCOMU2201	Communication en contexte multiculturel	Alain Reyniers	30h+0h	5 Crédits	1q

COMU2M1 - Informations diverses

CONDITIONS D'ADMISSION

Tant [les conditions d'admission générales](#) que [spécifiques à ce programme](#) doivent être remplies au moment même de l'inscription à l'université.

L'admission à ce diplôme est réglée conformément au décret du 31 mars 2004 définissant l'enseignement supérieur, favorisant son intégration dans l'espace européen de l'enseignement supérieur et finançant les universités.

En plus de remplir les conditions d'accès décrites ci-dessous, les candidats devront apporter la preuve d'une maîtrise suffisante de la langue française (niveau B1 du [Cadre européen commun de référence](#)).

Conditions générales d'accès

Conformément aux [conditions d'admission générales](#), ont un accès direct les titulaires porteurs d'un des grades académiques de la Communauté française de Belgique suivants :

- un grade académique de premier cycle du même cursus;
- un diplôme universitaire de premier cycle reconnu comme comprenant les 108 crédits suivants :

Economie et gestion (9 crédits)

Droit (9 crédits)

Informatique et Méthode (18 crédits)

Autres sciences humaines (30 crédits)

Information et communication (27 crédits)

Langues (15 crédits)

Les titulaires d'un diplôme universitaire de premier cycle reconnu comme comprenant au moins 93 crédits de ce programme type peuvent avoir accès à ce master en acquérant le solde des crédits manquant en prérequis.

- un diplôme universitaire de second cycle (moyennant généralement un cours prérequis).

- [Bacheliers universitaires](#)
- [Bacheliers non universitaires](#)
- [Diplômés du 2° cycle universitaire](#)
- [Diplômés de 2° cycle non universitaire](#)
- [Adultes en reprise d'études](#)
- [Accès personnalisé](#)

Bacheliers universitaires

Diplômes	Conditions spécifiques	Accès	Remarques
Bacheliers UCL			
Bachelier en information et communication		Accès direct	
Bachelier en sciences économiques et de gestion Bachelier en sciences humaines et sociales Bachelier en sciences politiques, orientation générale Bachelier en sociologie et anthropologie	Avec la Mineure en information et communication	Accès direct	
Bachelier en sciences économiques et de gestion Bachelier en sciences humaines et sociales Bachelier en sciences politiques, orientation générale Bachelier en sociologie et anthropologie	Sans la Mineure en information et communication	Accès moyennant compléments de formation	Cours prérequis : LCOMU1327 Analyse sémiopragmatique des médias [30,10] 5 crédits LCOMU1211 Information et communication : approche sociologique et éthique [30,00] 5 crédits Un des cours ci-dessous selon le choix d'options :

			<p>LCOMU1323 Presse, journalisme et société [30,00] 5 crédits</p> <p>LCOMU1328 Médias, culture et éducation [30,00] 5 crédits</p> <p>LCOMU1325 Communication et organisation [30,00] 5 crédits</p>
Bachelier en droit	Avec la Mineure en information et communication	Accès moyennant compléments de formation	Cours prérequis : LCOMU 1315 Méthodes de recherche en communication : approches quantitatives [30,15] (5 crédits)
<p>Bachelier en langues et littératures anciennes, orientation classiques</p> <p>Bachelier en langues et littératures anciennes, orientation orientales</p> <p>Bachelier en langues et littératures françaises et romanes, orientation générale</p> <p>Bachelier en langues et littératures modernes et anciennes</p> <p>Bachelier en langues et littératures modernes, orientation germaniques</p> <p>Bachelier en langues et littératures modernes, orientation générale</p> <p>Bachelier en histoire</p> <p>Bachelier en histoire de l'art et archéologie, orientation générale</p>	Avec la Mineure en information et communication	Accès moyennant compléments de formation	Cours prérequis : LCOMU1315 Méthodes de recherche en communications : approches quantitatives [30,15] (5 crédits) LCOMU1224 Structures socio-économiques des médias [30,10] (6 crédits)
Autre bachelier	Programme répondant aux conditions générales d'accès	Sur dossier: accès direct ou moyennant compléments de formation	
	Programme ne répondant pas aux conditions générales d'accès	Accès moyennant compléments de formation	Accès au master moyennant réussite d'une année d'études préparatoire
Autres bacheliers de la Communauté française de Belgique (bacheliers de la Communauté germanophone de Belgique et de l'Ecole royale militaire inclus)			
Bachelier en Information et communication		Accès direct	
Autre bachelier	Programme répondant aux conditions générales d'accès	Sur dossier: accès direct ou moyennant compléments de formation	
	Programme ne répondant pas aux conditions générales d'accès	Accès moyennant compléments de formation	Accès au master moyennant réussite d'une année d'études préparatoire
Bacheliers de la Communauté flamande de Belgique			
Bachelor in de communicatiewetenschappen		Accès direct	
Tout bachelier	Programme répondant aux conditions générales d'accès	Sur dossier: accès direct ou moyennant compléments de formation	
	Programme ne répondant pas aux conditions générales d'accès	Accès moyennant compléments de formation	Accès au master moyennant réussite d'une année d'études préparatoire
Bacheliers étrangers			

Tout bachelier	Programme répondant aux conditions générales d'accès	Sur dossier: accès direct ou moyennant compléments de formation	
	Programme ne répondant pas aux conditions générales d'accès	Accès moyennant compléments de formation	Accès au master moyennant réussite d'une année d'études préparatoire

Bacheliers non universitaires

Diplômes	Accès	Remarques
----------	-------	-----------

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

<ul style="list-style-type: none"> > BA - assistant(e) en psychologie (toutes options) > BA - assistant(e) social(e) > BA - bibliothécaire-documentaliste > BA - conseiller(ère) social(e) > BA en arts du spectacle et techniques de diffusion et de communication (type court) > BA en communication > BA en droit > BA en gestion des ressources documentaires multimedia > BA en gestion des ressources humaines > BA en informatique de gestion > BA en informatique et systèmes > BA en marketing > BA en publicité > BA en relations publiques > BA en techniques de l'image (photographie - cinématographie) > BA en techniques graphiques (infographie - édition) > BA en écologie sociale > BA en écriture multimédia > BA-AESI en français et français langue étrangère > BA-AESI en français et morale > BA-AESI en français et religion > BA-AESI en langues germaniques > BA-AESI en sciences humaines: histoire, géographie, sciences sociales 	Accès au master moyennant réussite d'une année préparatoire de max. 60 crédits	Type court
<ul style="list-style-type: none"> > BA en arts du spectacle et techniques de diffusion et de communication - type long > BA en arts plastiques, visuels et de l'espace - type long > BA en communication appliquée - type long > BA en musique - type long > BA en théâtre et en arts de la parole - type long > BA en traduction et interprétation - type long 	Après vérification de l'acquisition des matières prérequis, soit accès moyennant la réussite d'une année préparatoire de 60 crédits max, soit accès immédiat moyennant ajout éventuel de 15 crédits max	Type long

Diplômés du 2° cycle universitaire

Diplômes	Conditions spécifiques	Accès	Remarques
----------	------------------------	-------	-----------

Licenciés

Licence en Information et communication		Accès direct	
Toute licence		Accès direct	

Masters

Tout master 60	Programme répondant aux conditions générales d'accès ou programme de niveau similaire	Sur dossier: accès direct ou moyennant compléments de formation	
Tout master 120		Accès direct	A l'exception du Master 120 en information et communication délivré en Communauté française de Belgique

Diplômés de 2° cycle non universitaire

Diplômes	Accès	Remarques
> En savoir plus sur les passerelles vers l'université		
<ul style="list-style-type: none"> > MA en arts du spectacle et techniques de diffusion et de communication > MA en arts plastiques, visuels et de l'espace > MA en communication appliquée, animation socioculturelle et éducation permanente > MA en communication appliquée, publicité et communication commerciale > MA en communication appliquée, relations publiques > MA en interprétation > MA en musique > MA en presse et information > MA en théâtre et en arts de la parole > MA en traduction 	Accès direct au master moyennant ajout éventuel de 15 crédits max	Type long

Adultes en reprise d'études

> Consultez le site [Valorisation des acquis de l'expérience](#)

Tous les masters peuvent être accessibles selon la procédure de valorisation des acquis de l'expérience.

Plus d'informations sur la [Valorisation des acquis de l'expérience à l'Ecole de communication](#)

Accès personnalisé

Pour rappel tout master (à l'exception des masters complémentaires) peut également être accessible sur dossier.

Procédures d'admission et d'inscription

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

Procédures particulières :

Toutes les demandes d'accès sur dossier doivent être introduites auprès du secrétaire académique de l'Ecole de communication.

PÉDAGOGIE

Le Master 60 s'adresse prioritairement à un public ayant déjà suivi une formation de second cycle. Il propose donc une formule pédagogique adaptée et originale. L'étudiant est invité à réaliser de nombreuses activités pédagogiques, individuellement et en groupe. Ces activités font l'objet d'évaluations continues et régulières.

De nombreux cours proposent une approche intégrée qui se traduit parfois dans un horaire commun au sein duquel l'étudiant progressera, à partir d'un même objet, à la lumière de regards et de pratiques diverses et complémentaires. Le Master propose une pédagogie active, exigeante pour l'étudiant, mais particulièrement adaptée aux attentes d'un public ayant déjà fait la preuve de ses capacités universitaires.

Modalités qui contribuent à favoriser l'interdisciplinarité :

La spécificité des sciences de l'information et de la communication favorise naturellement l'interdisciplinarité. Les formations diverses des enseignants en sont le reflet et la garantie. En outre, le recrutement spécifique des étudiants s'inscrivant à ce Master 60 assure une réelle interdisciplinarité. Les formations préalables des étudiants sont sollicitées au sein des diverses activités. Non seulement des étudiants issus de formations en lettres, sciences humaines et sciences exactes se côtoient jusque dans la réalisation de travaux théoriques et pratiques, mais ils sont invités à implanter leurs savoirs et leurs questionnements dans le champ de la communication.

Variété de stratégies d'enseignement (y compris l'e-learning) :

Selon les matières enseignées, la pédagogie privilégie l'acquisition de connaissances et de capacités d'analyse. Dans tous les cas, elle vise à l'apprentissage d'une autonomie intellectuelle et pratique. Cette dernière sera plus particulièrement recherchée dans la réalisation de projets et de travaux, individuels et de groupe. Le recours aux "technologies de l'intelligence" est un des piliers de la pédagogie mise en place: s'agissant d'une formation à la communication, l'étudiant est à la fois initié aux technologies et logiciels appropriés aux pratiques de son secteur et invité à les utiliser dans le suivi de son programme. Certains enseignements ou partie de cours exploitent ainsi les possibilités de la plateforme iCampus ou de sites intranet créés à cette fin.

Diversité de situations d'apprentissage :

L'étudiant est invité à participer à des activités d'enseignement classiques : cours ex cathedra, séminaires et ateliers. Il réalisera des travaux individuels et de groupe. Il sera évalué de manière continue et de façon plus ponctuelle, en session d'examens. Il sera également amené à réaliser un mémoire ou un mémoire-stage. Enfin, de nombreux cours proposent des démarches d'e-learning (mise à disposition de ressources et d'exercices, gestion pédagogique, partage et évaluation collective de travaux).

EVALUATION AU COURS DE LA FORMATION

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

Des examens écrits et oraux visent à contrôler le niveau d'acquisition et de maîtrise des concepts, théories, données de base et savoir-faire dans les différentes disciplines concernées.

Les activités pédagogiques (exercices) font l'objet d'une évaluation continue. En outre, l'utilisation d'outils pédagogiques multimédia permet un apprentissage partiellement à distance qui inclut régulièrement des procédures d'autoévaluation.

MOBILITÉ ET INTERNATIONALISATION

Le programme du Master 60, à l'inverse du Master 120, ne propose pas de projets de mobilité.

Par son originalité sur le marché de la formation européenne, il apparaît comme une offre attractive pour des étudiants étrangers désireux de compléter une formation initiale.

FORMATIONS ULTÉRIEURES ACCESSIBLES

Le master 60 en information et communication donne accès à l'[Agrégation de l'enseignement secondaire supérieur \(information et communication\)](#)

GESTION ET CONTACTS

Gestion du programme

Entité de la structure COMU

Acronyme	COMU
Dénomination	Ecole de Communication
Adresse	Ruelle de la Lanterne magique, 14 bte L2.03.02 1348 Louvain-la-Neuve

Tél 010 47 27 97 - Fax 010 47 30 44

Site web <https://www.uclouvain.be/comu.html>

Secteur Secteur des sciences humaines (SSH)

Faculté Faculté des sciences économiques, sociales, politiques et de communication (ESPO)

Commission de programme Ecole de Communication (COMU)

Responsable académique du programme : [Gérard Derèze](#)

Jury

Secrétaire : **Andrea Catellani**

Président : **Thierry De Smedt**

Personnes de contact

Informations pour les étudiants : **Geneviève Parent**

Informations pour les futurs étudiants : **Jean-Claude Guyot**