ANNEXE AU SUPPLEMENT

Profil d'enseignement du Master en Communication appliquée spécialisée – Relations publiques

Au fil de sa formation de Master en Communication appliquée spécialisée - Relations publiques, l'étudiant se prépare à exercer son activité dans tout type d'organisation publique ou privée, marchande ou non marchande, nationale ou internationale, de petite, moyenne ou grande taille.

Il acquiert une capacité d'écoute des acteurs et d'analyse des différents facteurs qui conditionnent son action de communication en amont.

Grâce à sa pratique constante du travail en groupe, il apprend à coordonner, voire à gérer une équipe, dans le respect de la diversité ethnique, culturelle ou linguistique.

Les nombreux travaux pratiques lui permettent de comprendre en profondeur et de pratiquer la résolution de problèmes de communication et de la gestion de projets d'organisation. C'est à cette fin qu'il acquiert la maîtrise des langages spécifiques aux différents médias de la communication tels que le graphisme, la vidéo ou le Web. Les technologies de l'information et de la communication, au même titre que la prise de parole et l'écriture de documents professionnels, constituent pour lui des outils familiers.

L'étudiant de Master en Communication appliquée spécialisée – Relations publiques est formé à veiller en permanence à la légitimité de son action et à permettre aux publics ciblés par sa communication d'être « informés, concernés, responsables et solidaires », selon les termes du code de déontologie d'Athènes.

Le Master en Communication appliquée – Relations publiques est délivré conjointement par la Haute Ecole Galilée -Institut des Hautes Etudes des Communications Sociales et par l'Université libre de Bruxelles.

Par rapport à ces objectifs de formation, les deux blocs du Master s'articulent autour de quatre grands groupes d'unités d'enseignement indispensables à l'exercice du métier de relations publiques.

1. Les unités d'enseignement des fondements des relations publiques

- L'étudiant acquiert les bases de sa future pratique professionnelle. Il peaufine sa maîtrise des techniques de rédaction et des relations avec la presse. Il développe aussi ses capacités narratives en langue anglaise et son sens des relations interculturelles. Ce premier bloc se compose de deux unités d'enseignement :
 - Relations presse et documents RP
 - Research and case studies in PR

2. Les unités d'enseignement des domaines d'application des relations publiques

- Dans cet ensemble d'unités d'enseignements, l'étudiant acquiert la connaissance et la maîtrise des principaux champs auxquels s'appliquent les relations publiques.
- Ces différents domaines d'application concernent soit les publics ciblés par la communication (Communication interne, Communication marketing, Communication corporate), soit des techniques spécifiques de communication (Communication environnementale en néerlandais, Influences et lobbying, E-communication des organisations et des institutions). Ces unités d'enseignement sont organisées tant à l'Institut des Hautes Etudes des Communications Sociales qu'à l'Université libre de Bruxelles.

3. L'unité d'enseignement des médias

- Cette unité d'enseignement prépare les étudiants à la traduction de la demande du « client » en termes de stratégie de communication, ainsi qu'à la réalisation du matériel nécessaire à une campagne de communication. L'étudiant est placé en situation comparable à la réalisation d'une commande dans la réalité professionnelle, grâce à une pédagogie du projet intensive et immersive.
- Cette unité d'enseignement comporte deux volets ou activités d'apprentissage spécifiques :
 - Stratégie médiatique RP
 - Ateliers de production médiatique RP

4. Les unités d'enseignement des matières spécialisées en Communication et affaires européennes, en organisation et gestion de la connaissance ou en Communication de crise

En deuxième année de son programme de Master, l'étudiant est invité à choisir un domaine de spécialisation parmi :

- Communication et affaires européennes

L'étudiant approfondit ses connaissances en matière de processus décisionnels et consultatifs européens. Il apprend les méthodes et techniques qui lui permettront de soumettre des réponses convaincantes à des appels d'offres européens et à gérer des projets transnationaux et multi-acteurs. Il aborde la communication spécifique des différents groupes d'intérêt européens, qu'ils soient économiques, politiques, idéologiques, locaux ou régionaux. Enfin, procède à l'analyse critique de campagnes européennes de communication.

- Organisation et gestion de la connaissance

L'étudiant découvre en langue anglaise les enjeux, les stratégies et les méthodes propres à la gestion des connaissances, du changement et de l'innovation. Il se familiarise avec les technologies spécifiques à la discipline et apprend à construire toute action autour des besoins des individus qui composent l'organisation. Pour ce faire, il s'imprègne des principales méthodologies du management et apprend à reconnaître les facteurs de développement personnel et de motivation.

- Communication de crise

Au fil de cette formation spécialisée, l'étudiant apprend à gérer tous les phénomènes susceptibles de mener à une crise, qu'il s'agisse de mutations industrielles, technologiques ou organisationnelles, de la gestion du risque, de l'anticipation de la crise, de la veille stratégique ou de l'exercice du leadership. Une formation spécifique à la conception, à la planification et à l'organisation d'événements lui donne l'occasion de mobiliser transversalement les méthodes et les techniques qui lui permettent de transformer une crise en opportunité pour l'organisation.

Trois unités d'enseignement du bloc relatif aux domaines d'application des relations publiques constituent des prérequis pour l'accès aux spécialisations de la deuxième année du programme de Master :

- L'acquisition des crédits afférents à l'unité d'enseignement Influences et lobbying est requise pour accéder à la spécialisation en Communication et affaires européennes
- L'acquisition des crédits afférents à l'unité d'enseignement Communication interne est requise pour accéder à la spécialisation en Organisation et gestion de la connaissance
- L'acquisition des crédits afférents à l'unité d'enseignement Relations presse et documents RP est requise pour accéder à la spécialisation en Communication de crise

L'étudiant est amené à suivre les différentes unités d'enseignement tant à l'Institut des Hautes Etudes des Communications Sociales qu'à l'Université libre de Bruxelles.

En relation avec ces quatre grands types d'unités d'enseignement, nous pouvons définir ici les acquis d'apprentissage terminaux.

Au terme de sa formation de Master en Communication appliquée spécialisée – Relations publiques, l'étudiant :

1. Prend un recul critique par rapport à sa pratique, dans un souci d'éthique professionnelle et d'actualisation permanente de ses connaissances ;
2. Fédère les apports de disciplines différentes pour la réalisation de projets de recherche appliquée et dans la recherche de pratiques innovantes ;
3. Se repère dans les rapports sociaux et comprend la complexité des organisations ;
4. Construit sa communication sur une analyse des facteurs qui la conditionnent en amont, en menant des enquêtes et des interviews, et décode les signaux faibles qu'il aura perçus ;
5. Mène à bien une analyse prospective des facteurs susceptibles d'influencer sa communication et maîtrise les principales méthodologies de planification stratégique ;
6. Assure la remontée de l'information de la base opérationnelle vers le décideur, rédige des outils d'aide à la décision performants et conseille le décideur dans la gestion stratégique de l'organisation ;

7. Élabore des plans de communication structurés par étapes, basés sur des objectifs réalistes et mesurables, à destination d'un public ciblé et autour de messages performatifs ;
8. Présente au décideur une estimation claire et précise des ressources humaines, matérielles et financières dont il a besoin pour la réalisation d'un projet donné et en dresse l'échéancier
9. Maîtrise les méthodes et techniques d'évaluation de l'impact de son action de communication ;
10. Intègre les langages spécifiques et la composante technique des différents médias vecteurs de la communication, en ce compris les réseaux sociaux ;
11. Est apte à communiquer de façon intègre et professionnelle envers les médias, par la rédaction de communiqués de presse informatifs et par la maîtrise de la prise de parole en public, face au micro ou à la caméra ;
12. Met en place et anime une veille stratégique autour des activités de son organisation, notamment sur les réseaux sociaux ;
13. Encadrer et organise le travail des membres de son équipe, en veillant à les motiver et à les inciter au partage d'expérience et aux échanges interculturels ;
14. Valorise la contribution de chaque membre de son équipe, suscite la prise de responsabilités et la recherche de l'innovation.