

PROFIL D'ENSEIGNEMENT BACHELIER EN COMMUNICATION

Lieu de formation

Rue de l'Ecorcherie, 18-20
7500 Tournai
+32 (0) 69 89 05 06
social.tournai@helha.be

Cadre de la formation

La formation débouchant sur le titre de bachelier en communication est organisée dans le cadre du Décret du 31 mars 2004 de la Communauté française, définissant l'enseignement supérieur, favorisant son intégration dans l'espace européen de l'enseignement supérieur et refinançant les universités. Il y est précisé que les objectifs généraux de ce type d'enseignement sont : « préparer les étudiants à être des citoyens actifs dans une société démocratique, préparer les étudiants à leur future carrière et permettre leur épanouissement personnel, créer et maintenir une large base et un haut niveau de connaissances, stimuler la recherche et l'innovation ».¹ Le bachelier en communication organisé par l'enseignement supérieur de type court correspond au niveau 6 du Cadre européen de certification.

Finalités de la formation du bachelier en Communication

Le Bachelier en communication est un professionnel polyvalent de l'information et de la communication, susceptible de travailler dans divers secteurs comme le journalisme (presse écrite, radio, audiovisuelle et on line), la promotion et la diffusion des cultures, des droits et des idées, l'éducation et la formation par les media, la communication interne, les relations publiques et l'organisation d'événements. Il est actif dans tous les domaines faisant appel à la gestion de l'information et de la communication. Il a une connaissance des phénomènes de société. Il conçoit et réalise des supports fondés sur diverses techniques de communication. Il est animé d'une double honnêteté : intellectuelle dans le traitement de l'information et relationnelle par le respect de ses interlocuteurs tout en observant les valeurs éthiques et déontologiques de la profession.

Notre but est de former des professionnels du secteur de la communication, des généralistes de haut niveau, capables de s'adapter rapidement à des situations variées et d'agir efficacement dans un contexte en constante évolution.

Nous souhaitons dès lors développer les qualités personnelles de créativité et d'organisation, de contact et de relation et encourager la curiosité intellectuelle grâce à de nombreux séminaires, cours pratiques et théoriques.

¹ Missions de l'enseignement supérieur telles qu'elles ont été précisées lors de la Conférence des ministres européens en avril 2009

Nous formons les étudiants à la pratique des métiers du journalisme (presse écrite, audiovisuelle, radio, web...) ainsi qu'à ceux de la communication d'entreprise (chargé de communication, attaché de presse, chargé de relations publiques...) et à ceux du secteur culturel (animateur socioculturel, responsable d'éducation permanente...). Nous les initions aux techniques de communication modernes en suivant de très près l'évolution du monde du travail.

Visées de la formation

Au terme des trois ans d'études, les étudiants doivent pouvoir...

1. Assurer la circulation de l'information dans une entreprise
2. Organiser la tenue d'événements
3. Ecrire et diffuser un journal interne
4. Animer des réunions de personnel
5. Assurer les contacts avec la presse...
6. Développer des projets d'animation socioculturelle, artistiques, humanitaires, de loisirs, d'éducation permanente, ... auprès d'organismes publics ou privés
7. Procéder à des interviews, enquêter, rédiger, réaliser des reportages écrits et audiovisuels, en recourant aux outils multimédias.

Caractéristiques de la formation

La section communication de la HELHa offre à ses étudiants une formation en trois ans.

Au terme de leurs études, les jeunes sortent avec un réel bagage professionnel leur permettant de s'insérer aisément dans la vie active.

Les étudiants ont à leur disposition du matériel professionnel : des caméras, des appareils photo, un studio radio, un plateau télé ainsi que deux labos informatiques dernier cri.

Au cours de leur formation, les étudiants sont chaque année plongés dans le milieu professionnel, via les stages : quatre semaines en BLOC 1, huit en BLOC 2 et douze semaines de stage en BLOC 3. Durant leurs trois années de Bachelier, ils auront donc effectué l'équivalent de six mois de stage. Les stagiaires sont supervisés, sur le terrain, par des enseignants qui sont tous des gens du métier et donc d'expérience : journalistes, chefs d'édition, directeurs et animateurs de centres culturels, chargés de relations publiques, etc.

Les stages des deux premières années doivent obligatoirement être effectués dans deux secteurs différents (relations publiques, animation socioculturelle ou journalisme), pour ouvrir les étudiants à des perspectives nouvelles et les amener à découvrir concrètement différentes facettes des métiers de la communication.

L'exercice des métiers de la communication exige une connaissance et une certaine maîtrise des médias. C'est pourquoi les étudiants sont formés à la vidéo, à la radio, à la photo, à l'infographie (des cours donnés par des professionnels de ces médias). L'objectif n'est pas d'en faire des techniciens, mais des professionnels de la communication capables d'utiliser au mieux ces médias pour faire passer un message.

Outre les cours généraux et ceux qui sont directement liés aux professions auxquelles sont formés les futurs Bacheliers, la formation propose des cours d'expression écrite et orale, de communication de groupe, de stratégie de communication, etc.

La communication est souvent un métier d'équipe. C'est pourquoi, dans le cadre de la formation, de nombreux cours-ateliers sont donnés à des groupes d'une vingtaine d'étudiants et de nombreux travaux sont menés en groupes.

En BLOC 2, les étudiants, appliquant la méthodologie de la pédagogie du projet, mènent tout au long de l'année un projet en sous-groupes. Ces projets se créent, se construisent, se réalisent au sein de l'école ou avec des partenaires extérieurs. Leur concrétisation met en œuvre des savoirs et des compétences acquis dans différents cours. Ces projets ont donc un caractère intégrateur et transversal.

En BLOC 3, les séminaires prennent la forme de journées de rencontre avec des professionnels des différents secteurs, de visites d'institutions culturelles, de réflexions et de travaux pratiques autour de cas concrets de communication. Ici encore, les étudiants intègrent, dans l'organisation de ces journées, la présentation de leurs invités et la communication qu'ils en font, des techniques apprises dans différents cours.

Référentiel de compétences de la formation

COMPETENCE 1

ETABLIR UNE COMMUNICATION PROFESSIONNELLE

Capacités

- Maîtriser la langue française écrite et orale requise par les professions visées
- Adopter un comportement adéquat par rapport à la situation et à son interlocuteur
- Avoir le sens de l'écoute et être ouvert au dialogue
- Faire preuve de maîtrise de soi et respecter son interlocuteur
- Comprendre et utiliser au moins une langue étrangère

COMPETENCE 2

INTERAGIR AVEC SON MILIEU PROFESSIONNEL

Capacités

- Comprendre les concepts, le vocabulaire et les codes professionnels
- Connaître et utiliser les techniques inhérentes aux professions visées
- Etablir et respecter des conventions
- Travailler en équipe
- Négocier

COMPETENCE 3

INSCRIRE SA PRATIQUE DANS UNE RÉFLEXION CRITIQUE, CITOYENNE ET RESPONSABLE

Capacités

- Identifier et s'approprier les valeurs et les règles déontologiques propres à chaque métier de l'information et de la communication
- Mesurer les enjeux de ses pratiques professionnelles
- Participer à l'évolution de son environnement professionnel
- Analyser une situation en tenant compte de son contexte (social, politique, culturel,...)

COMPETENCE 4

MOBILISER DES SAVOIRS GÉNÉRAUX ET SPÉCIFIQUES AUX DOMAINES DE L'INFORMATION, DE LA COMMUNICATION, À L'UNIVERS DES MÉDIAS ET DE LA CULTURE

Capacités

- Développer sa culture générale et entretenir sa connaissance de l'actualité.
- Comprendre le fonctionnement (sociologique, économique, historique, culturel et politique) des domaines de l'information, de la communication, des médias et de la culture
- Utiliser des méthodes d'analyse spécifiques aux domaines de l'information, de la communication, de l'univers des médias et de la culture

COMPETENCE 5

INFORMER, SENSIBILISER ET DIVERTIR DANS LES DOMAINES DE L'INFORMATION, DE LA COMMUNICATION, DES MÉDIAS ET DE LA CULTURE

Capacités

- Recourir à diverses sources d'information, les recouper et synthétiser les contenus
- Identifier les publics-cibles et leurs besoins spécifiques
- Sélectionner et vulgariser l'information utile et adaptée au public visé
- Maîtriser les outils de communication oraux, écrits, audiovisuels et interactifs et les codes liés à la communication non-verbale
- Utiliser le langage spécifique du média concerné pour assurer le traitement et la diffusion de l'information
- Utiliser les différentes techniques d'écriture liées à l'information et à la communication

COMPETENCE 6

GÉRER UN PROJET DE COMMUNICATION ET D'INFORMATION DANS SA GLOBALITÉ

Capacités

- Concevoir et exploiter des stratégies de communication
- Mettre sa créativité au service de ses actions
- Rédiger un cahier des charges et prendre en compte le coût et le financement d'un projet de communication
- Mettre en œuvre des techniques, des procédures et des supports de communication adaptés à un public donné
- Construire des plans de communication adaptés tant au niveau interne qu'externe
- Assurer le rôle d'interface auprès de professionnels de différents secteurs
- Mobiliser des outils d'évaluation