

RÉFÉRENTIEL DE COMPÉTENCES

CODE ARES 055

Date dépôt

Date validation 05/06/2018

MASTER EN COMMUNICATION APPLIQUÉE - RELATIONS PUBLIQUES

FINALITÉ	N.A.	NIVEAU (du Cadre des Certifications)	7
SECTEUR	1° Sciences humaines et sociales	DOMAINE D'ÉTUDES	5° Information et communication
TYPE	LONG	CYCLE	DEUXIÈME
LANGUE (majoritaire)	FRANÇAIS	CRÉDITS	60

A. SPÉCIFICITÉ DE LA FORME D'ENSEIGNEMENT

Les Hautes Écoles de la Fédération Wallonie-Bruxelles dispensent un enseignement supérieur poursuivant une **finalité professionnalisante de haute qualification**, associant étroitement apprentissages pratiques et conceptualisation théorique. Les formations proposées s'effectuent au niveau du bachelier et du master (Décret « Paysage », Chap. II, Art. 4, § 1 et 3) ; elles visent le développement de compétences disciplinaires et transversales correspondant aux niveaux 6 (type court) et 7 (type long) du cadre francophone des certifications de l'enseignement supérieur. Dans la lignée du bachelier de transition, le master professionnalisant offre l'opportunité aux étudiants d'approfondir leur formation et de se spécialiser dans leur domaine.

Les **stages** en milieu professionnel constituent une dimension centrale de la formation dispensée par les Hautes Écoles. Ils permettent le développement progressif et intégrateur des compétences requises par l'exercice du métier, tout en autorisant une réflexion sur la pratique professionnelle. La réalisation du travail de fin d'études (TFE) ou du mémoire, qui trouvent dans les stages des terrains de choix, constitue l'aboutissement d'un parcours de formation valorisant pratique professionnelle et recherche s'y appliquant.

En phase avec la société et inspirées par ses enjeux actuels, les Hautes Écoles constituent des lieux privilégiés d'innovation et de création de savoirs. Elles remplissent cette mission de concert avec les communautés de référence, professionnelles et scientifiques, à partir d'un ancrage régional et dans une visée internationale. Les enseignants des Hautes Écoles, femmes et hommes de terrain aux profils variés, sont ainsi engagés dans des recherches-actions et des recherches appliquées qui constituent, avec l'accompagnement des apprentissages, le cœur de leur métier. Ces recherches nourrissent les formations dispensées et permettent l'émergence de nouveaux espaces de réflexion, de mutualisation de savoirs et d'action.

Sur le plan pédagogique, les Hautes Écoles forment des **praticiens réflexifs**, des professionnels capables d'agir dans des contextes en constante mutation et d'apporter à des problèmes complexes des réponses appropriées, créatives et innovantes. Pour assurer leurs formations, les Hautes Écoles déploient un **accompagnement de proximité** (groupes-classes, apprentissage par les pairs, tutorat, mentorat). Pour ce faire, elles recourent à une pédagogie centrée sur l'étudiant, qui prend pleinement la mesure des changements de paradigmes éducatifs, épistémologiques et socio-économiques de la société postmoderne, en privilégiant l'induction, le dialogue des savoirs de divers types (scientifiques, expérientiels, techniques), la discussion critique, la contextualisation des objets de savoir.

Les Hautes Écoles de la Fédération Wallonie-Bruxelles, mobilisées chacune autour de leur projet pédagogique, social et culturel qui caractérise leur identité propre, assurent enfin une mission éducative essentielle : former non seulement des professionnels innovants, créateurs, capables de faire face à la complexité et à la spécificité de leur environnement, mais aussi des **citoyens engagés et responsables**, soucieux de la collectivité et de son bien-être. C'est pourquoi les Hautes Écoles valorisent, outre le développement de compétences professionnelles, l'acquisition de **compétences transversales**, de nature organisationnelle, relationnelle, communicationnelle et réflexive.

B. SPÉCIFICITÉ DE LA FORMATION

Le porteur du titre de Master en Communication appliquée - Relations publiques est à même d'exercer son activité dans tout type d'organisation publique ou privée, marchande ou non marchande, nationale ou internationale, de petite, moyenne ou grande taille. Professionnellement, il est sensibilisé à l'écoute des acteurs et à l'analyse des différents facteurs qui conditionnent son action de communication en amont. Il est initié à la résolution de problèmes de communication et à la gestion de projets d'organisation. Il agit comme interface entre les parties prenantes au devenir de l'organisation, à l'interne comme à l'externe de celle-ci. Il veille à la légitimité de son action et permet aux publics ciblés par sa communication d'être « informés, concernés, responsables et solidaires », selon les termes du code de déontologie d'Athènes.

C. COMPÉTENCES VISÉES PAR LA FORMATION

1- Questionner et actualiser son savoir et ses pratiques professionnelles en matières sociales

- Prendre un recul critique par rapport au sens et à la pertinence de son savoir et de sa pratique
- Veiller au caractère éthique et déontologique de sa pratique
- Evaluer et actualiser en permanence ses connaissances et compétences
- Articuler à ses connaissances les apports de disciplines différentes

2- Ecouter le corps social et comprendre son organisation

- Se repérer dans les rapports sociaux
- Constituer et entretenir un réseau
- Identifier les leaders d'opinion
- Capter les signaux faibles ou implicites et en décoder la complexité

3- Analyser de manière prospective le contexte de sa communication

- Identifier les sources d'information
- Structurer par priorités les résultats de la recherche d'information
- Analyser les facteurs déterminant le marché, le secteur d'activité et l'organisation
- Analyser les points forts et les points faibles de l'organisation par rapport à un projet donné

4- Planifier et structurer la communication

- Elaborer des plans de communication structurés par étapes
- Veiller à une complète cohérence entre les objectifs visés, les publics ciblés, les messages émis et les moyens mis en œuvre
- Présenter une estimation chiffrée des ressources financières, matérielles et humaines nécessaires à la réalisation de l'action de communication planifiée, ainsi qu'un échéancier approprié à la gestion du projet
- Intégrer aux différentes étapes du plan de communication des indicateurs d'impact en vue de l'évaluation permanente de son développement

5- Concevoir les messages et les supports de communication

- Concevoir et rédiger des documents professionnels
- Esquisser un projet de communication impliquant divers médias

6- Maintenir l'image et la réputation de l'organisation

- Rédiger des communiqués de presse efficaces et informatifs
- Organiser des conférences de presse attractives et informatives
- Organiser des événements mobilisateurs pour les différentes parties prenantes
- S'exprimer avec aisance et clarté en public, face au micro ou à la caméra

7- Développer la dynamique collective au sein de l'équipe de communication

- Encadrer et organiser le travail des différents membres de son équipe
- Motiver et donner confiance aux membres de son équipe