

RÉFÉRENTIEL DE COMPÉTENCES

CODE ARES 066

Date dépôt

Date validation 05/06/2018

MASTER EN STRATÉGIE ET ANALYSE DE LA COMMUNICATION INTERACTIVE ET COLLABORATIVE

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	120

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, expérimentiels, 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 développement des pratiques de communication basées sur l'interaction, la collaboration et la participation des communautés et des réseaux entraîne un ensemble de changements dans les manières de communiquer des **organisations**, qu'il s'agisse d'entreprises, d'associations du secteur non marchand (culture, santé, éducation, etc.) ou d'institutions publiques.

Le master 120 à **horaire décalé** en **Stratégie et analyse de la communication interactive et collaborative** (coorganisation et codiplomation ISFSC – Université Saint-Louis) forme des cadres aptes à gérer l'innovation continue dans les métiers de la **communication numérique**. Il vise le développement de compétences théoriques, analytiques, stratégiques et opérationnelles nécessaires à la **gestion de médias sociaux et collaboratifs** dans le cadre de stratégies de communication organisationnelle s'appuyant sur plusieurs supports et plateformes.

La formation débouche sur le titre de master de type long en **Stratégie et analyse de la communication interactive et collaborative**. Elle est organisée dans le cadre du Décret définissant le paysage de l'enseignement supérieur et l'organisation académique des études (7/11/2013) et correspond au niveau 7 du Cadre européen de certification.

C. COMPÉTENCES VISÉES PAR LA FORMATION

1- Gérer la présence d'une organisation sur les médias sociaux et collaboratifs

- Analyser de manière prospective la communication interactive et collaborative d'une organisation, son secteur d'activités et son contexte social, culturel, technologique, économique, politique et juridique
- Définir les objectifs et la stratégie de communication interactive et collaborative d'une organisation en lien avec sa communication globale
- Concevoir et mettre en œuvre des dispositifs et des actions de communication interactive et collaborative intégrant les ressources et les contraintes humaines, financières, matérielles et juridiques d'une organisation
- Concevoir et mettre en œuvre les procédés d'évaluation de ces dispositifs et actions de communication, savoir interpréter avec discernement les données de l'évaluation et prendre les mesures correctrices appropriées
- Concevoir et mettre en œuvre des dispositifs de veille stratégique ; mobiliser les résultats de la veille pour amorcer et orienter l'innovation dans la communication interactive et collaborative d'une organisation
- Veiller au caractère légal, déontologique et éthique des pratiques de communication interactive et collaborative de l'organisation

2- Maîtriser les méthodes, les outils et les canaux de communication interactive et collaborative

- Maîtriser les grands principes d'architecture, de fonctionnement et de sécurisation des réseaux informatiques et socionumériques d'une organisation
- Maîtriser les langages et les techniques des différents vecteurs de la communication (l'oral, l'écrit, la photo, la vidéo, le son, le graphisme, le multimédia)
- Maîtriser les méthodes et les techniques de conception, de rédaction, d'édition, de référencement et de partage de contenus sur les médias sociaux et les plateformes collaboratives
- Maîtriser les principales méthodes et techniques de collecte, de traitement et de visualisation des données issues du web
- Constituer, entretenir et mobiliser des réseaux de communication, tant en interne qu'en externe
- Optimiser l'animation et la modération de communautés en ligne

3- Mobiliser la direction, le personnel et les partenaires d'une organisation autour de projets de communication interactive et collaborative

- Conseiller les organes de décision d'une organisation sur les matières qui touchent à la communication interactive et collaborative (les objectifs et stratégies de communication, les situations de résolution de crise, les transformations socio-numériques de l'organisation...)
- Communiquer, justifier et défendre un projet de communication interactive et collaborative (notamment auprès des organes de décision) depuis sa création jusqu'au reporting final, de façon claire, cohérente et structurée, par voie écrite et orale, et en respectant les exigences de la communication dans l'organisation
- Identifier, fédérer et mobiliser les compétences individuelles et collectives présentes dans une organisation en vue de mettre en œuvre des projets de communication interactive et collaborative
- Identifier les partenaires potentiellement pertinents pour une organisation ; amorcer et accompagner la création de partenariats, y compris en matière de recherche-action
- Faciliter le partage des informations, des expériences et des innovations en matière de communication interactive et collaborative ; assurer le relais de l'information issue de la veille, des audits, de la recherche et de la base opérationnelle vers les organes de décision
- Développer des pratiques interdisciplinaires et intégrer des logiques culturelles diverses à l'intérieur et à l'extérieur d'une organisation, y compris à un niveau international

4- Mobiliser et produire des connaissances en communication interactive et collaborative de façon pertinente et méthodique, dans le cadre d'une réflexion critique ou d'un projet de recherche

- Posséder une connaissance approfondie des principales approches théoriques et méthodologiques de la recherche sur les médias sociaux et la communication interactive et collaborative
- A partir de savoirs multidisciplinaires, développer une réflexion critique et étayée sur les enjeux humains et sociétaux des technologies numériques, y compris les questions juridiques, déontologiques et éthiques
- Mener un projet de recherche (action) original, en mobilisant des ressources théoriques et méthodologiques avec discernement
- Rendre compte d'une recherche et de ses résultats de façon claire, cohérente et structurée, par voie écrite et orale, et en respectant les exigences de la communication scientifique
- Actualiser ses savoirs et ses pratiques en mettant en œuvre des techniques de veille sur le numérique, les médias sociaux et la communication interactive et collaborative