

Certificat universitaire en communication web

socialmedialab.be/certificat-en-communication-web

Pourquoi un certificat en communication web ?

L'école de communication de l'UCLouvain propose un certificat universitaire en communication web permettant à un public professionnel de bénéficier d'une formation universitaire de haut niveau. Le certificat bénéficie d'un soutien financier du FSE (Fonds Social Européen).

L'essor conjoint du numérique et d'Internet oblige à repenser les pratiques professionnelles. Dans un environnement de plus en plus technologique et complexe, la maîtrise des outils est indispensable mais ne suffit pas. Elle doit s'accompagner d'une connaissance fine et précise de l'écosystème du web, des usages qui s'y développent et des pratiques de travail qui émergent. Les professionnels de la communication sont en première ligne. Cette formation leur est destinée. Elle leur permettra notamment d'acquérir des compétences informationnelles et analytiques mais aussi éditoriales et communicationnelles dans le champ numérique, avec la rigueur et le regard critique qui caractérisent un apprentissage universitaire.

Les atouts du programme

- Une formation universitaire pointue qui mène à l'obtention d'un certificat ;
- Un corps professoral constitué d'académiques et de professionnels reconnus permettant de garantir la qualité du programme ;
- Une formation complète qui aborde le web de manière globale, de la collecte et l'utilisation de données issues du web à la production de contenu sur le web, en passant par l'analyse et la gestion de projets ;
- Une formation polyvalente et complète qui offre un panel large dans la connaissance des matières spécifiques aux différents secteurs et métiers de la communication digitale (marketing digital, communication corporate digitale, production de contenu pour le web, pour le mobile et pour les réseaux sociaux, visualisation, etc.).

Les objectifs du programme

Ce programme permet aux participants de s'initier et se former à de nouvelles pratiques et méthodes de travail liées aux usages émergents des outils du web. La formation leur permet d'acquérir des compétences (1) théoriques et réflexives, (2) méthodologiques et analytiques, (3) techniques et opérationnelles mais aussi (4) éditoriales et communicationnelles dans le champ du web, avec la rigueur et le regard critique qui caractérisent un apprentissage de haut niveau.

À l'issue de la formation, les participants seront capables de :

- Faire preuve d'une connaissance et d'une compréhension solide des médias socio-numériques et des usages et pratiques qui les accompagnent ;
- Comprendre les enjeux éthiques et juridiques liés à ces nouveaux médias ;
- Elaborer, superviser et évaluer un projet de communication web ;
- Produire du contenu web en prenant en compte les règles éditoriales et graphiques et les usages des publics visés ;
- Découvrir des techniques de conception d'objets de communication digitale, type « serious games », pour améliorer la diffusion et la réception d'un message ;
- Elaborer, mettre en œuvre et suivre des stratégies de communication corporate intégrant les médias sociaux ;
- Elaborer, mettre en œuvre et suivre une campagne de communication marketing intégrant les médias sociaux ;
- Produire des contenus de qualité sur base de données digitales ;
- Comprendre les enjeux liés au mobile et produire des contenus adaptés.

« Allier connaissances, stratégie et outils pour mener un projet web efficace »

Le public

Le programme vise toute personne évoluant ou se destinant à évoluer dans le secteur de la communication et de l'information. Les professionnels de la communication - en activité, en reconversion ou en recherche d'emploi - pourront ainsi s'initier et se former aux nouvelles pratiques et méthodes liées aux usages émergents des outils du web. Les futurs professionnels de l'information et de la communication pourront compléter leur formation initiale en lui donnant une teinte plus digitale. Le programme peut intéresser également des professionnels du web qui cherchent un cadrage théorique et réflexif plus poussé et de nouvelles compétences en production de contenu web et analyse stratégique de données web.

La pédagogie et l'évaluation

Le programme s'articule autour de modules successifs, tantôt généraux, tantôt approfondis. Il conjugue apports théoriques, mises en situation et exercices pratiques. Tous les modules sont obligatoires.

Le dispositif pédagogique favorise l'implication directe et active du participant. Les activités reposent sur des scénarios et cas précis à résoudre, permettant à l'apprenant de mettre en pratique toute la matière couverte par le certificat. À des fins d'évaluation, il est amené à participer à un projet de groupe et à en faire la présentation en fin de parcours.

Un support pédagogique est fourni en continu. L'apprenant a la possibilité de contacter l'équipe du Social Media Lab qui est à l'écoute de ses besoins.

Le certificat en communication web est en effet organisé dans le cadre des activités du Social Media Lab, le laboratoire des médias socio-numériques dans le monde professionnel.



« Outiller les professionnels et intéressés et, avec eux, anticiper et accompagner les innovations dans le domaine du numérique de manière rigoureuse et créative »

Le programme

Le programme est constitué de 162 heures de formation organisées le vendredi et le samedi toute la journée.

INTRODUCTION

- Présentation du certificat

MODULE 1 – COMMUNICATION CORPORATE POUR LE WEB (11 HEURES)

- Communication corporate : de l'offline à l'online
- Présentation du projet

MODULE 2 - GESTION DE PROJET (34 HEURES)

- Approche managériale d'un projet web
- Développement d'un projet web
- Recherche et veille
- Les publics

MODULE 3 – MARKETING DIGITAL (29 HEURES)

- Communication digitale et marketing : mise en contexte
- Marketing digital : stratégies et techniques
- Marketing digitale : techniques SEO
- Media Planning

MODULE 4 – PRODUCTION DE CONTENU (31 HEURES)

- Production de contenu pour les réseaux sociaux
- Ecriture et production de contenu pour le web
- Communication mobile
- Campagnes réseaux sociaux pour le non-marchand

MODULE 5 – LES DONNEES DU WEB (25 HEURES)

- Les données issues du web : introduction
- Analyse de données
- Communication de données
- Comprendre et utiliser Google Analytics
- Approche juridique des données
- Présentation dynamique de données

MODULE 6 – GAMIFICATION (6 HEURES)

- Introduction à la gamification

MODULE D'EXERCICE (23 HEURES)

- Briefing
- Pitch des projets
- Travail de groupe et présentation devant un jury

Modalités pratiques

CALENDRIER ET LIEUX

Les cours auront lieu les vendredis et samedis en journée, généralement entre 9h00 et 16h00/ 17h00, sur une session de trois mois. Deux sessions sont organisées par année académique (septembre – janvier et février – mai). **En 2021, la session de printemps sera organisée de mars à début juillet.**

En fonction du semestre, le certificat sera dispensé à Mons, sur le campus de l'UCLouvain (FUCaM) ou à Charleroi, en collaboration avec l'Université Ouverte (*l'adresse sera communiquée ultérieurement*).

DROITS D'INSCRIPTION

Demandeurs d'emploi : 450 €

Tarif normal : 1000 €

Ce montant couvre l'inscription, la carte étudiant, le suivi des cours, la documentation, l'accès aux infrastructures ainsi que la délivrance du titre universitaire.

Conditions et procédures d'admission

Etant donné le niveau universitaire de la formation, l'accès au certificat se fera sur base des conditions d'accès au master¹. Le processus VAE (valorisation des acquis de l'expérience) sera appliqué². Pour les titulaires d'un bachelier non-universitaire, il est demandé de passer un test d'aptitudes³. La sélection des candidats se fait sur la base d'un dossier d'admission qui est examiné par le comité directeur du programme. Afin de garantir la qualité de la formation, le nombre d'inscrits est limité.

Procédure d'inscription

Pour s'inscrire, le candidat doit constituer un dossier comprenant

- Un CV
- Une lettre de motivation
- La copie du dernier diplôme

Le dossier doit être envoyé aux Ateliers des FUCaM, à l'attention de Madame Déborah Blanger.

 Mail : deborah.blanger@uclouvain.be

¹ [Conditions d'accès au master](#)

² Voir le processus détaillé : [VAE](#).

³ Il s'agira de produire une synthèse et un commentaire à partir d'une conférence (disponible en ligne). Cette étape sera suivie d'un entretien en présentiel ou téléphonique dont l'objectif est de comprendre comment le certificat s'intègre dans le projet personnel et professionnel du candidat.

Le certificat d'université

Les participants qui suivent le programme et réussissent les épreuves d'évaluation se voient délivrer un « certificat d'université en communication web » assorti de 18 crédits. Outre la valorisation personnelle du certificat dans le plan de formation du participant, les crédits octroyés peuvent être valorisés lors de la poursuite d'une formation académique en Belgique et en Europe, pour autant qu'ils soient validés par le jury du programme auquel le participant souhaiterait s'inscrire par la suite.

En savoir plus



[UCLouvain Social Media Lab](#)



Tél : +32 (0)65 40 69 11



Mail : deborah.blanger@uclouvain.be

Le comité directeur

Sandrine Roginsky
Professeure à l'UCLouvain

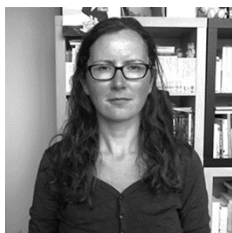
François Lambotte
Professeur à l'UCLouvain

Pascal Francq
Chercheur et maître de conférences invité à l'UCLouvain

Professeurs et formateurs

SANDRINE ROGINSKY

Responsable académique du certificat en communication web



Intervention: *Les publics*

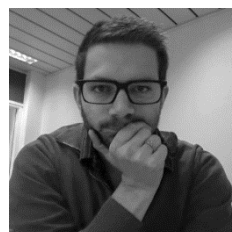
Professeure de communication à l'UCLouvain depuis 2012, Sandrine Roginsky a travaillé pendant 8 ans dans le secteur politique européen. Diplômée en communication du CELSA – Paris Sorbonne, elle a obtenu son doctorat en sociologie à la Queen's University à Belfast. Elle mène actuellement des recherches sur les usages des dispositifs de médias sociaux dans le contexte politique européen ainsi que sur les pratiques de communication qui y prennent place.

Expertise :

- Sociologie de la communication et des usages
- Médias sociaux
- Communication politique

MATHIEU BAZELAIRE

Fondateur de Dogstudio



Intervention : *Projet de communication numérique*

Mathieu Bazelaire a une formation de designer et programmeur internet. Il a travaillé comme web designer et web developer pour plusieurs entreprises connues en Belgique. En 2012, il contribue au projet *KIKK Festival*, un festival de la créativité dans les cultures digitales. Bien avant cela, il crée en 2006 son agence de communication digitale, Dogstudio. Il a également fondé « Superbe » en 2011, une agence travaillant sur les processus interactifs connectant les citoyens et la technologie.

Expertise :

- E-Commerce
- Creative strategy
- Internet strategy

JEAN-PASCAL BOUILLON

Responsable communication corporate chez Orange



Intervention : *Communication corporate numérique*

Jean-Pascal Bouillon est un professionnel de la communication qui œuvre dans ce métier depuis 20 ans. D'abord en charge de communications commerciales, il a ensuite assumé le rôle de porte-parole avant de devenir responsable de la communication corporate d'un groupe international. Pragmatique, stratégique et orienté vers l'efficacité, il a mené de nombreux projets de communication pour des entreprises telles que Belgacom ou GDF Suez.

Expertise :

- Communication stratégique
- Relations presse et communication de crise
- Nouveaux médias

FABIAN DELHAXHE

CEO Internet Attitude

**Intervention :** *Gestion de projet web*

Passionné du web, du marketing digital et des nouvelles technologies, Fabian Delhaxhe travaille pour la société NRB. En tant que consultant en transformation digitale, il accompagne ses clients dans leurs projets numériques, de l'idée à la réalisation. Sa carrière est riche de près de 15 années d'expérience passées tant côté client que côté fournisseur.

KEVIN MARTEL

Team Lead & Digital Consultant @GroupM

**Intervention :** *Digital Marketing – SEO et SEA*

Intervenant à l'UCLouvain depuis 2016 et consultant en digital marketing depuis 2011. Il est également responsable du search marketing au sein du groupe GroupM (WPP) depuis 2015. Cela fait plus de 5 ans qu'il conseille grandes entreprises et startups à générer de la croissance grâce au search marketing. Son expertise s'articule autour des dernières techniques en SEO et en SEA ainsi que du digital au sens large. Son objectif est de vous expliquer les mécanismes et les techniques vous permettant d'exploiter le search marketing afin d'atteindre vos objectifs.

SEBASTIEN FRANCOIS

Co-fondateur d'Universem

**Intervention :** *Comprendre et utiliser Google Analytics*

Titulaire d'un master en IT de l'UNamur et d'un post-master en General Management de Vlerick Management School, Sébastien François a fondé Universem, une entreprise de consultance en marketing digital. Il a reçu, lors de son parcours, plusieurs prix et distinctions récompensant des qualités d'entrepreneur.

Expertise :

- Adwords & Analytics certified by Google
- Entrepreneuriat
- Stratégie de marketing digital

JOËL MATRICHEJournaliste pour *Le Soir***Intervention:** *Présentation dynamique de données*

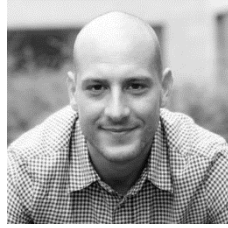
Joël Matriche est actuellement journaliste pour le journal Le Soir. Il a auparavant travaillé pour la Dernière Heure et plusieurs magazines. Il a reçu la Bourse Roi Baudoin par deux fois (2004 & 2008), lui permettant de réaliser des reportages uniques à l'étranger. En 2007, il est formateur à la Chaire UNESCO au Burundi. A l'heure actuelle, il donne des formations en journalisme de données, notamment pour l'AJPro et l'IHECS Academy.

Expertise :

- Journalisme de donnée
- Presse électronique
- New media

JONATHANN MINGOIA

Co-fondateur de WebVeille et SoPrism



Intervention : *Marketing Digital*

Ingénieur de formation, Jonathann Mingoia a développé ses compétences principalement dans le domaine des médias sociaux, au service d'objectifs business. Depuis plus de cinq ans, il exerce la fonction de responsable des médias sociaux au sein de l'entreprise GroupM Belgique, ce qui l'a amené à travailler pour des annonceurs majeurs en Belgique. En 2007, il a cofondé WebVeille, une société active dans "la gestion des E-Reputations". Il a également cofondé SoPRISM en 2014, une entreprise active dans le développement de solutions technologiques dans le domaine des médias sociaux. Actuellement, il partage ses connaissances et son expérience sur ce sujet grâce à diverses interventions dans les universités et les conférences.

Expertise :

- Digital Strategy
- Gestion de la réputation des marques sur le web (sociallistening)
- Stratégie social media

THIBAUT PHILIPETTE

Professeur à l'UCLouvain



Intervention : « *Gamification* »

Thibault Philipette est professeur à l'Ecole de Communication de l'UCLouvain (COMU). Co-fondateur du Louvain GameLab, il est spécialisé dans des questions d'appropriation sociale des technologies, en ludologie médiatique (place du jeu dans les médias contemporains), en évaluation de la ludolittérature des joueurs et en conception médiatique incluant des techniques de game design (gamification). Il est titulaire d'un doctorat en Information et Communication et d'un diplôme d'études spécialisées en Communication Multimédia.

Expertise :

- Usages et appropriation des dispositifs multimédia interactifs
- Game Studies
- Technologies et cognition

BENOIT-XAVIER PIRSON

Web Marketing Coordinator chez Total



Intervention : *Production de contenu sur les réseaux-sociaux*

Après avoir été diplômé en information et communication à l'UCLouvain, Benoit-Xavier Pirson a travaillé pour les cliniques universitaires Saint-Luc où il était assistant de communication. En 2012, il devient community manager chez Havas Media, où il exerce son expertise éditoriale en ligne. Il rejoint SocialyseBe en 2014 en tant qu'expert sportif et éditeur en ligne, sur les réseaux sociaux. En 2016, il travaille chez Total en tant que coordinateur du marketing sur le web. Son expérience professionnelle lui permet aujourd'hui de mener des projets éditoriaux en ligne.

Expertise :

- Médias sociaux
- Marketing sur les réseaux sociaux
- Communication marketing

NATHALIE RAGHENO

Juriste à la Fédération des Entreprises de Belgique



Intervention : *Approche juridique des données*

Diplômée en droit de l'ULB, Nathalie Ragheno s'occupe de la loi vie privée et de la protection des données depuis 1992, date de la première loi belge en ce domaine. Après 15 ans chez BNP Paribas Fortis, elle a travaillé chez FEBELFIN, la Fédération financière belge, pendant presque 10 ans. C'est à la Fédération des Entreprises de Belgique qu'elle exerce aujourd'hui la fonction de Premier conseiller et s'occupe notamment d'informer les entreprises sur la mise en œuvre du nouveau règlement européen en matière de protection des données.

Expertise :

- Data protection & privacy
- Intellectual property

DAMIEN RENARD

Professeur à l'UCLouvain

Intervention: *Communication digitale et marketing ; introduction aux données*



Damien Renard est professeur en communication à l'UCLouvain depuis septembre 2015. Diplômé d'un doctorat en sciences de gestion de l'Université Paris Dauphine, il mène des recherches sur les logiques d'influence et de réputation dans les médias sociaux. Avant de rejoindre l'université, il a travaillé 4 ans en agence web et deux ans à l'Institut Mines-Télécom où il avait en charge la coordination des missions de l'institut dans deux projets de recherche Big Data. Il a également enseigné à Paris Dauphine, Paris Ouest, et dans plusieurs écoles de Management.

Expertise :

- Communautés virtuelles
- Co-création et créativité en ligne
- Gestion de l'image et marketing viral

AURELIE VACHAUDEZ

Maître-assistante en Economie et Gestion à la Haute Ecole Provinciale de Hainaut



Intervention : *Production de contenu – écriture pour le web*

Active depuis 10 ans dans la communication institutionnelle publique, Aurélie Vachaudez s'est rapidement spécialisée dans le domaine des médias sociaux. Autodidacte et entrepreneure, elle a lancé plusieurs sites de vente en ligne dont elle a, entièrement, géré les projets, de l'idée à la concrétisation. Récemment, elle a co-fondé une société active dans les ateliers DIY en cosmétiques bio dont elle gère la visibilité en ligne. Ces différentes expériences l'ont amenée à avoir une vision globale et de terrain sur la communication digitale et l'eBusiness.

LARA VAN DIEVOET

Chargée de cours invitée à l'UCLouvain

Intervention: *Communication mobile ; recherche et veille ; accompagnement des travaux de groupe*

Docteure en information et communication, Lara van Dievoet est chargée de cours invitée et chargée de mission à l'UCLouvain. Elle est co-auteure du manuel « journalisme mobile » et s'intéresse à l'impact du mobile sur les pratiques journalistiques et la communication, dans la lignée de son post-doctorat à l'Académie du journalisme et des médias de l'Université de Neuchâtel (Suisse). Lara van Dievoet a également été journaliste freelance durant 8 ans.

Expertise :

- Communication à l'heure du mobile
- Production de contenu pour/avec un smartphone
- « Passage » de journalistes en politique
- Relations entre journalistes et communicants

« Une formation ancrée dans
la réalité numérique, où se mêlent
les apports théoriques des
professeurs UCLouvain et l'expérience
des professionnels invités »

