

Certificat Communication Web : Liste des modules et des intervenants

Module	Intervention	Intervenant	Nombre d'heures
Usages du web et pratiques professionnelles	Sociologie des usages des médias	Sandrine Roginsky	5 heures
	Approche juridique	Edouard Cruysmas	5 heures
	Gestion de projet	Olivier de Wasseige	10 heures
Comprendre les données issues du web	Introduction	Damien Renard	4 heures
	Collecter, Nettoyer, Analyser les données	Pascal Francq	20 heures
	L'analyse de réseaux	François Fouss	6 heures
Production de contenu pour le web	Production éditoriale	Benoit-Xavier Pirson	12 heures
	Production de contenu : création de site et design	Mathieu Bazelaire	12 heures
	Approche par les « jeux » et gamification	Bruno Urbain	6 heures
MODULE OPTIONNEL			
Communication corporate pour le web	De l'offline à l'online : une approche globale de la com corporate	Jean-Pascal Bouillon	10 heures
	Réputation en ligne et gestion de crise	Nicolas Vanderbiest	10 heures
Marketing digital	Rappels théoriques sur le marketing	Ingrid Poncin	3 heures
	Maîtrise des outils au service d'une stratégie	Jonathann Mingoia	17 heures
Data journalisme	Utiliser un jeu de données pour élaborer des visualisations	Joël Matriche	20 heures

* Les modules sont décrits en troisième page.

Liste des intervenants : organisation et fonction

MODULE	INTERVENANTS	ORGANISATION	FONCTION	INTERVENTION
MODULE 1	CRUYSMANS Edouard	UCL	Assistant/Doctorant	Approche juridique (5h)
	DE WASSEIGE Olivier	CEO Internet Attitude	Administrateur délégué	Gestion de projet (10h)
	ROGINSKY Sandrine	UCL	Professeur	Sociologie des usages (5h)
MODULE 2	FOUSS François	UCL	Professeur	Analyse de réseaux (6h)
	FRANCO Pascal	UCL	Chercheur	Collecte, analyse, traitement données (20h)
	RENARD Damien	UCL	Professeur	Approche introductive (4h)
MODULE 3	BAZELAIRE Mathieu	Dog Studio	Directeur technique	Production de contenu web (12h)
	PIRSON Benoit-Xavier	SocialyseBE	Social Editor	Production éditoriale (12h)
	URBAIN Bruno	Fishing Cactus	Business Manager	Jeux sérieux, gamification (6h)
MOUDLE 4	BOUILLON Jean-Pascal	Mobistar	Responsable com corporate	Communication corporate (10h)
	VANDERBIEST Nicolas	UCL	Assistant	Réputation en ligne et gestion crise (10h)
MODULE 5	PONCIN Ingrid	UCL	Professeur	Approche théorique du marketing (3h)
	MINGOIA Jonathann	GroupM	Head of Social Media	Outils, données, stratégies marketing digital
MODULE 6	MATRICHE Joël	Le Soir	Journaliste	Utilisation de données & visualisation

Liste des modules

Module 1 – Usages du web et pratiques professionnelles (20 heures)

- Approche introductive : sociologie des usages des médias sociaux numériques
- Perspective juridique : les règles à connaître pour utiliser des données et produire du contenu sur le web
- La gestion de projet : spécificité d'un projet web

Module 2 – Comprendre les données issues du web (30 heures)

- Collecter, nettoyer et analyser les données du web
- Analyser les réseaux d'informations et d'acteurs sur le web
- Approche critique et réflexive : ce que les données nous disent

Module 3 – Production de contenu pour le web (30 heures)

- L'approche par le design et le site web
- La production éditoriale pour le web
- « Jeux sérieux » et gamification

Modules de spécialisation (une option à choisir)

Module 4 – Communication corporate pour le web (20 heures)

- Communication corporate : de l'offline à l'online
- Réputation en ligne et gestion de crise en ligne

Module 5 – Marketing digital (20 heures)

- Quelques rappels théoriques sur le marketing
- Comprendre et maîtriser les outils d'analyse des métriques du web
- Elaborer, mettre en œuvre et évaluer une stratégie de marketing digital

Module 6 – Contenu informationnel sur le web et journalisme de données (20 heures)

- Comprendre, lire et utiliser un jeu de données

- Donner du sens aux données grâce à des méthodes de visualisation
- Connaître les différents outils accessibles pour construire sa boîte à outils adaptée