
PRINCIPES PEDAGOGIQUES

– MASTER MANAGEMENT DE LA COMMUNICATION –

1. Former des managers de la communication

L'association des outils et de la stratégie

La formation à la communication de l'Ircôm associe la maîtrise des techniques et la réflexion stratégique pour **permettre aux étudiants, quelle que soit leur formation initiale en Licence, de devenir des managers de la communication.**

Dans cette perspective, nous avons le souci de transmettre à nos étudiants les fondamentaux des techniques de communication (graphisme, rédaction, vidéo, web, etc.), mais aussi le souci de la vision d'ensemble et de la stratégie. **Cet équilibre entre la stratégie et la technique** est un élément essentiel de notre conception de la communication et, de ce fait, du métier de **responsable de communication**. Pour cette raison, nous avons mis en place une progression sur les deux années que dure la formation :

- Semestre 1 : Maîtriser les outils et techniques de communication
- Semestre 2 : Savoir bâtir une stratégie de communication
- Semestre 3 : Devenir un manager
- Semestre 4 : Construire la stratégie d'entreprise

Une vision particulière du management

Le management est l'art ancestral et toujours actuel qui consiste à **mener efficacement une équipe vers un but commun** en veillant à ce que chacun des membres, en apportant sa contribution, **s'épanouisse personnellement**. Il est donc, pour le manager comme pour le managé, une expérience à la fois personnelle et commune.

Bien plus qu'une approche mécaniste de la gestion d'équipe, nous souhaitons donc proposer **une vision positive du travail**, comme une activité profondément humaine. Dans cette conception, un collaborateur n'est jamais un « outil de production humain » mais toujours une personne digne de respect, qui travaille avec sa subjectivité. Et le travail ne peut être une œuvre solitaire : il est toujours réalisé pour (et bien souvent avec) quelqu'un.

Le management, s'il repose en partie sur la personnalité de celui qui l'exerce, est à la **fois une pratique et une théorie** : on peut en apprendre les fondements, mais aussi progresser en l'exerçant, enraciné dans le réel et en étant éclairé par la recherche en sciences humaines et sociales. Il suppose un équilibre entre la vision d'ensemble, la capacité à décider, et le souci de la relation.

Par ailleurs, le management rejoint l'aspiration fondamentalement humaine de **transformer le monde en vue du bien commun.**

La communication : un moyen stratégique

A l'Ircom, **la communication n'est jamais envisagée comme une fin en soi**, mais est toujours au service d'un projet qui la dépasse. Elle est un moyen qui peut faire advenir des changements profonds et contribuer à des transformations radicales.

Elle est donc **une fonction éminemment stratégique dans la vie des organisations**. Ayant parfaitement compris la stratégie de l'entreprise et ses enjeux, le manager de la communication saura proposer les meilleurs moyens au service de cette stratégie en se fixant des objectifs, en précisant ses cibles et en diffusant les messages adéquats.

Une communication éthique

Quels que soient les domaines d'activité et les métiers exercés nous souhaitons **former des communicants responsables**, capables de faire et d'assumer des choix, de donner du sens à leurs missions dans les structures pour lesquelles ils travaillent.

Pour cela, ils doivent avoir **le souci de la vérité qui est la condition de leur crédibilité**. En étant attentifs à ancrer leur action dans la réalité ils ne céderont pas aux facilités de l'exagération et de la manipulation.

2. Une pédagogie exigeante et bienveillante

L'Ircom vise le plein épanouissement de ses étudiants. Pour leur permettre de prendre des responsabilités et de s'engager dans la vie professionnelle, la formation éveille leur intelligence, aiguise leur discernement et ouvre leur cœur. Pour atteindre cet objectif, nous faisons des choix pédagogiques forts.

Effectifs à taille humaine et accompagnement

Nous avons un nombre restreint d'étudiants afin de mettre en œuvre **un accompagnement pédagogique personnalisé et exigeant** permettant l'émergence des qualités et des compétences de chaque étudiant.

En effet, **la proximité et la confiance entre étudiants et permanents** est une dimension essentielle de la pédagogie de l'Ircom. Ainsi, les étudiants sont accompagnés au quotidien par un membre de l'équipe pédagogique responsable de leur promotion et toute l'équipe pédagogique est à leur service pour les aider et les accompagner dans leurs travaux et l'élaboration de leur projet professionnel.

La sélection des candidats tient compte des qualités humaines, de la motivation et de ce qui fait la qualité d'un futur manager de projets de communication : l'engagement, la culture générale, la curiosité, la capacité à prendre du recul, à rédiger, etc. Elle ne porte donc

pas sur la nature du premier cycle d'études ni sur les compétences techniques en communication avant d'intégrer l'école.

Chaque étudiant est accueilli et respecté avec ses convictions propres. L'Ircom attend que tous puissent exprimer leurs opinions à travers **un dialogue sincère et constructif** afin que chacun puisse approfondir sa pensée et permettre l'émergence d'une communauté féconde.

Lien avec le réel

Nous souhaitons **favoriser les expériences collectives** à travers des séminaires et des travaux de groupe afin de permettre aux étudiants de **se confronter au réel grâce à des projets directement en lien avec le monde professionnel** : alternance, échanges avec les intervenants, mises en pratique, visites d'entreprises, etc.

Nous croyons aux vertus des mises en situation. Ainsi, chaque étudiant est amené à être manager d'un groupe de travail au cours de sa formation. Cette première expérience de gestion de projets en groupe et d'animation d'équipe est relue avec le responsable pédagogique, afin d'aider l'étudiant à progresser dans ces domaines.

Parce que la communication est un secteur dans lequel les tendances, les techniques et les outils passent très vite, **les équipes de l'Ircom sont particulièrement attentives aux évolutions du métier.** Pour conserver **un haut niveau d'exigence et être en phase avec la communication telle qu'elle est réellement pratiquée**, les cours sont assurés par des universitaires et des professionnels reconnus. L'équipe pédagogique reste, par ailleurs, en **veille permanente** sur les besoins et les attentes des entreprises en termes de connaissances et compétences des jeunes communicants qu'elles recrutent. **L'Ircom adapte donc le contenu de sa formation de manière continue, grâce à son large réseau professionnel.**

Engagement de l'étudiant dans sa formation

Pour favoriser l'assimilation de connaissances et de compétences variées, **la formation à l'Ircom s'appuie sur des modalités pédagogiques diverses** : cours magistraux, travaux de groupes, travaux personnels, mises en situation, ateliers, etc. La participation à l'ensemble de ces modalités n'est pas optionnelle, **les étudiants de l'Ircom doivent obligatoirement participer à tous les cours et à tous les exercices.**

Un objectif pédagogique de la formation est de permettre aux étudiants de **basculer dans un positionnement de professionnel actif qui interagit et est force de propositions.** Ainsi, au cours de la formation, l'Ircom évalue les connaissances, les savoir-faire, mais aussi les savoir-être des étudiants. Pour cela, l'école a conçu **un cadre d'études qui permet l'acquisition de cette posture professionnelle.** Par exemple : implication dans la vie de l'école et de la promotion, rythme de travail soutenu nécessaire pour un travail bien fait et abouti, exigence sur la ponctualité, etc.

Discernement de sa vocation professionnelle

L'Ircom attache une grande importance au **développement des talents de chacun et la recherche du lieu dans lequel il pourra les faire fructifier au mieux**. Des ateliers, cours et séminaires sont mis en place pour aider les étudiants à mieux se connaître et discerner leur vocation professionnelle. Ils font partie intégrante de la formation.

Ainsi, à l'issue de la formation, les étudiants deviennent managers dans de grands groupes internationaux, des PME ou des associations. Certains travaillent « chez l'annonceur », d'autres dans des agences de communication, des médias ou des start-up. **Ils couvrent un champ d'activité extrêmement varié, depuis l'industrie jusqu'aux services en passant par l'économie sociale et solidaire et les structures publiques.**

3. Une identité claire

L'Ircom fonde sa pédagogie sur la philosophie personnaliste¹. Celle-ci, centrée sur le **respect de la personne dans toutes ses dimensions, recherche l'épanouissement de chacun**.

Pour éclairer cette pédagogie, les formations de l'Ircom s'appuient sur la conception chrétienne de la personne et de la société. En donnant aux étudiants une formation comportant une approche éthique et anthropologique, nous souhaitons qu'ils puissent prendre des décisions responsables et éclairées.

¹ Développée par Emmanuel Mounier, la philosophie personnaliste est centrée sur le respect de la personne dans toutes ses dimensions et recherche l'épanouissement de chacun. Dans cette approche, la personne est toujours perçue comme un être de relations, en lien avec la société, par opposition à l'individu qui se pense comme un être isolé n'appartenant à aucune communauté.