

# Stratégie d'internationalisation du Conservatoire royal de Bruxelles

## PRINCIPES GÉNÉRAUX

L'internationalisation fait explicitement partie de la vision de l'établissement, dans une perspective de long terme.

1. L'internationalisation du Conservatoire royal de Bruxelles se décline dans les trois missions de l'enseignement supérieur, à savoir l'enseignement, la recherche et le service à la société.
2. La vision et la politique de l'établissement en matière d'internationalisation sont traduites dans un plan stratégique avec des objectifs stratégiques et opérationnels, et déclinées dans un plan d'action.
3. Toutes les actrices et tous les acteurs de l'établissement (étudiant·es, enseignant·es, chercheur·es, et personnel administratif) sont visés par la stratégie d'internationalisation.
4. Toutes les actrices, tous les acteurs et toutes les parties prenantes de l'établissement (région, ville, société civile, entreprises, etc.) sont visés par la stratégie d'internationalisation, et sont associés à sa création.
5. L'internationalisation est pensée dans une perspective durable et inclusive (AMO), questions de genre, migrant·es et réfugié·es, conditions socioéconomiques, enjeux environnementaux, etc.).
6. La stratégie et la politique d'internationalisation intègrent une réflexion sur l'utilisation des langues.

## STRUCTURE ORGANISATIONNELLE

1. La stratégie et la politique d'internationalisation est approuvée par la direction de l'établissement et le coordinateur des relations internationale.
2. Le coordinateur des relations internationale est en charge du pilotage de l'internationalisation.
3. Il n'y pas a au sein de l'établissement une structure spécifiquement dédiée à la mise en œuvre de la stratégie d'internationalisation mais elle fait partie du travail du RI.
4. L'internationalisation, dans ses différentes dimensions, est gérée de façon cohérente et coordonnée au sein de l'établissement et de ses différents organes de gestion (Conseils d'option, Conseil de gestion pédagogique, Conseil étudiant, Conseil social).

## QUALITÉ

1. La stratégie et la politique d'internationalisation sont intégrées à la culture qualité de l'établissement.
2. La stratégie et la politique d'internationalisation ainsi que les activités d'internationalisation sont évaluées en fonction des besoins et des demandes.
3. Les résultats des évaluations effectuées auprès des enseignant·es, chercheur·es et étudiant·es ayant effectué une mobilité entrante ou sortante sont intégrés dans la politique d'internationalisation, notamment au travers d'une étude d'impact annuelle.
4. La stratégie d'internationalisation et les activités d'internationalisation font l'objet d'échange de bonnes pratiques.
5. Des méthodes d'évaluation informelles sont mises en place pour recueillir la perception que les partenaires étrangers ont de la qualité des activités d'internationalisation menées par l'établissement.

## RESSOURCES

1. Des ressources financières et humaines sont allouées à la réalisation de la stratégie et de la politique d'internationalisation.
2. La recherche de financements internationaux est soutenue dans la cadre de la politique d'internationalisation (veille, information, soutien et aide au montage de projets)
3. L'affectation du personnel dédié à l'internationalisation est fondée sur la définition de profils explicites, prêtant une attention particulière aux compétences « internationales» (compétences linguistiques, interculturelles).

## COMMUNICATION

1. L'établissement communique de façon transparente, en interne et vers l'extérieur, sur sa stratégie et politique d'internationalisation. Visibilité de ce document sur le site internet.
2. L'établissement communique de façon transparente et régulière sur les activités d'internationalisation auprès de toutes les actrices et tous les acteurs de l'établissement via les newsletter et le site erasmus.

## OUTILS DE SOUTIEN À LA MISE EN ŒUVRE

### PARTENARIATS

1. Des partenariats stratégiques internationaux sont conclus avec d'autres établissements et évalués sur la base de leur fonctionnement et de leur qualité.
2. Des partenariats stratégiques internationaux sont conclus avec d'autres acteurs (société civile, entreprises, etc.) et évalués sur la base de leur fonctionnement et de leur qualité.
3. Les régions limitrophes sont impliquées dans le développement de partenariats stratégiques internationaux (projet HarMA, etc etc).
4. L'établissement collabore avec d'autres établissements dans différentes structures de dialogue interinstitutionnel (SBAM, Ars Musica, etc etc).

### ALUMNI

Les alumni (diplômé-es, étudiant-es en mobilité, chercheur-es visiteuses ou visiteurs, etc.) sont mobilisés pour la mise en œuvre de la stratégie d'internationalisation. Le plan pédagogique de notre nouvelle direction prévoit de « créer un groupe d'Alumni est d'une part intéressant pour le rayonnement du Conservatoire et le développement d'un sentiment d'appartenance à une communauté. D'autre part, l'objectif est d'ordre pédagogique : l'existence d'un tel groupe permettra de créer un réseau dynamique ayant pour objectifs l'insertion professionnelle, le coaching et la participation à des moments de réflexion en lien avec la formation. Ce réseau pourra aussi servir de base pour la réalisation de stages en milieux professionnels et pour créer davantage de ponts entre les cours et le métier. »

### INFORMATION ET PROMOTION À L'INTERNATIONAL

1. L'information et la promotion à l'international sont pleinement intégrées à la stratégie et la politique d'internationalisation, en lien également avec la stratégie de communication de l'établissement.
2. Des étudiantes et étudiants d'échange et des étudiantes et étudiants réguliers (en ce compris le 3<sup>e</sup> cycle) sont activement recrutés à l'étranger via nos procédures administratives Erasmus.
3. Les étudiantes et étudiants internationaux bénéficient de formes d'aide ou d'incitants spécifiques notamment grâce à l'aide par pair, en lien avec notre conseil étudiant.
4. Les atouts de l'établissement et des programmes d'études sont constamment mis en valeur explicitement à l'international via des outils de communication et de dissémination lors d'échanges Erasmus (site web, réseaux sociaux, etc.).
5. La communication sur l'établissement et sur l'offre de formation est assurée dans plusieurs langues, en cohérence avec l'utilisation des langues dans l'établissement.

# Internationalization strategy of the Royal Conservatory of Brussels

## GEÉ NEÉ RAUX PRINCIPLES

Internationalization is explicitly part of the institution's vision, with a long-term perspective.

1. The internationalisation of the Royal Conservatory of Brussels is reflected in the three missions of higher education, namely teaching, research and service to society.
2. The institution's vision and policy on internationalization are translated into a strategic plan with strategic and operational objectives, and broken down into an action plan.
3. All the actors and actresses of the establishment (students, teachers, researchers and administrative staff) are targeted by the internationalization strategy.
4. All the actors, stakeholders and stakeholders of the establishment (region, city, civil society, businesses, etc.) are targeted by the internationalization strategy and are associated with its creation.
5. Internationalization is thought of from a sustainable and inclusive perspective (AMO), gender issues, migrants and refugees, socio-economic conditions, environmental issues, etc.).
6. The internationalization strategy and policy include consideration of the use of  
LANGUAGES.

## ORGANIZATIONAL STRUCTURE

1. The internationalization strategy and policy is approved by the management of the establishment and coordinator of international relations.
2. The international relations coordinator is responsible for managing internationalization.
3. There is no structure within the establishment specifically dedicated to the implementation of the internationalization strategy but it is part of the work of the RI.
4. Internationalization, in its various dimensions, is managed in a coherent and coordinated manner within the establishment and its various management bodies (Option Councils, Educational Management Council, Student Council, Social Council).

## QUALITY

1. The internationalization strategy and policy are integrated into the quality culture of the establishment.
2. Internationalization strategy and policy as well as internationalization activities are assessed based on needs and demands.
3. The results of the evaluations carried out on teachers, researchers and students who have undergone incoming or outgoing mobility are integrated into the internationalization policy, in particular through an annual impact study.
4. The internationalization strategy and internationalization activities are the subject of exchange of good practices.
5. Informal evaluation methods are put in place to collect the perception that foreign partners have of the quality of the internationalization activities carried out by the establishment.

## RESOURCES

1. Financial and human resources are allocated to the implementation of the strategy and the internationalization policy.
2. The search for international funding is supported within the framework of the internationalization policy (monitoring, information, support and assistance in setting up projects)
3. The allocation of staff dedicated to internationalization is based on the definition of profiles explicit, paying particular attention to “international” skills (linguistic, intercultural skills).

## COMMUNICATION

1. The institution communicates transparently, internally and externally, on its internationalization strategy and policy. Visibility of this document on the website.
2. The establishment communicates transparently and regularly on activities internationalization with all the actors and actresses of the establishment via the newsletter and the erasmus site.

# IMPLEMENTATION SUPPORT TOOLS

## PARTNERSHIPS

1. International strategic partnerships are concluded with other institutions and evaluated on the basis of their functioning and quality.
2. International strategic partnerships are concluded with other actors (civil society, businesses, etc.) and evaluated on the basis of their functioning and quality.
3. Bordering regions are involved in the development of international strategic partnerships (HarMA project, etc.).
4. The establishment collaborates with other establishments in different inter-institutional dialogue structures (SBAM, Ars Musica, etc. etc.).

## ALUMNI

Alumni (graduates, exchange students, visiting researchers, etc.) are mobilized for the implementation of the internationalization strategy. The educational plan of our new management provides *for "creating an Alumni group is on the one hand interesting for the influence of the Conservatory and the development of a sense of belonging to a community. On the other hand, the objective is of an educational nature: the existence of such a group will make it possible to create a dynamic network with the objectives of professional integration, coaching and participation in moments of reflection in connection with training. This network could also serve as a basis for carrying out internships in professional environments and for creating more bridges between courses and the profession.*

## INTERNATIONAL INFORMATION AND PROMOTION

1. International information and promotion are fully integrated into the strategy and internationalization policy, also linked to the communication strategy of the establishment.
2. Exchange students and regular students (as regards including the 3rd cycle) are actively recruited abroad via our administrative procedures Erasmus.
3. International students benefit from forms of aid or incentives specific, in particular through peer support, in conjunction with our student council.
4. The strengths of the institution and its study programs are constantly and explicitly highlighted internationally via communication and dissemination tools during Erasmus exchanges (website, social networks, etc.).
5. Communication about the establishment and the training offer is ensured in several languages, consistent with the use of languages in the establishment.