

Bachelier en Publicité option : médias contemporains

HELHa Campus Mons 159 Chaussée de Binche 7000 MONS
Tél : +32 (0) 65 40 41 43 Fax : +32 (0) 65 40 41 53 Mail : pub.mons@helha.be

1. Identification de l'Unité d'Enseignement

UE 02 Conception publicitaire 2			
Code	ARPB1B02CONP	Caractère	Obligatoire
Bloc	1B	Quadrimestre(s)	Q2
Crédits ECTS	6 C	Volume horaire	72 h
Coordonnées des responsables et des intervenants dans l'UE	Benoît DEVUYST (benoit.devuyst@helha.be)		
Coefficient de pondération		60	
Cycle et niveau du Cadre Francophone de Certification		bachelier / niveau 6 du CFC	
Langue d'enseignement et d'évaluation		Français	

2. Présentation

Introduction

Cette unité d'enseignement initie et forme les étudiants aux principes du marketing, des médias et de la communication, notamment publicitaires.

Contribution au profil d'enseignement (cf. référentiel de compétences)

Cette Unité d'Enseignement contribue au développement des compétences et capacités suivantes :

Acquis d'apprentissage visés

Au terme de l'UE, l'étudiant(e) sera capable :

- de comprendre les stratégies commerciales des marques commerciales/non commerciales
- d'identifier les avantages & inconvénients de différents supports de communication publicitaire
- de démontrer ce qui différencie un bon communicant d'un mauvais communicant
- d'appliquer les techniques commerciales adaptées au produit pour lequel il/elle travaille
- d'analyser avec pertinence la demande formulée par un client
- d'identifier les rapports entre une marque et ses clients/prospects

Liens avec d'autres UE

Prérequis pour cette UE : aucun
Corequis pour cette UE : aucun

3. Description des activités d'apprentissage

Cette unité d'enseignement comprend les activités d'apprentissage suivantes :

ARPB1B02CONPA Marketing 2	24 h / 2 C
ARPB1B02CONPB Communication publicitaire 2	24 h / 2 C
ARPB1B02CONPC Médias 2	24 h / 2 C

Les descriptions détaillées des différentes activités d'apprentissage sont reprises dans les fiches descriptives jointes.

4. Modalités d'évaluation

Les 60 points attribués dans cette UE sont répartis entre les différentes activités de la manière suivante :

ARPB1B02CONPA	Marketing 2	20
ARPB1B02CONPB	Communication publicitaire 2	20
ARPB1B02CONPC	Médias 2	20

Les formes d'évaluation et les dispositions complémentaires particulières des différentes activités d'apprentissage sont reprises dans les fiches descriptives jointes.

Dispositions complémentaires relatives à l'UE

L'évaluation additionne les éventuelles notations des interrogations au cours du quadrimestre et la note obtenue lors de l'épreuve de fin de période.

En cas de note inférieure à 8/20 dans une activité d'apprentissage, cette note devient la note de l'UE.

Référence au REE

Toute modification éventuelle en cours d'année ne peut se faire qu'exceptionnellement et en accord avec le Directeur de Catégorie ou son délégué et notifiée par écrit aux étudiants (article 10 du Règlement des études).

Bachelier en Publicité option : médias contemporains

HELHa Campus Mons 159 Chaussée de Binche 7000 MONS
Tél : +32 (0) 65 40 41 43 Fax : +32 (0) 65 40 41 53 Mail : pub.mons@helha.be

1. Identification de l'activité d'apprentissage

Marketing 2			
Code	2_ARPB1B02CONPA	Caractère	Obligatoire
Bloc	1B	Quadrimestre(s)	Q2
Crédits ECTS	2 C	Volume horaire	24 h
Coordonnées du Titulaire de l'activité et des intervenants	Benoît DEVUYST (benoit.devuyst@helha.be)		
Coefficient de pondération		20	
Langue d'enseignement et d'évaluation		Français	

2. Présentation

Introduction

Cette activité d'apprentissage vise à sensibiliser l'étudiant(e) aux principes fondamentaux du marketing et de ses nouvelles formes d'expression. Elle vise également à leur permettre de distinguer le rôle respectif de la publicité, de la communication et du marketing.

Objectifs / Acquis d'apprentissage

Au terme de cette activité d'apprentissage, l'étudiant(e) sera capable :

- de comprendre les différentes stratégies développées par les marques commerciales/non commerciales
- d'évaluer la nature des relations entre marques et clients/prospects
- d'évaluer l'impact des marques sur leur(s) cible(s)
- d'intégrer son travail créatif/graphique dans une réflexion stratégique globale

3. Description des activités d'apprentissage

Contenu

- P comme Place
- P comme Promotion
- Marketing émotionnel
- Neuromarketing
- Storytelling
- Marketing viral, buzz marketing, bad buzz, guerilla marketing

Démarches d'apprentissage

Cours magistral qui s'appuie sur de nombreux exemples (fixes/animés) et prévoit une participation des étudiant(e)s.

Dispositifs d'aide à la réussite

- Référence régulière à des cas concrets qui font l'actualité
- Feed-back après interrogation
- Info marketing hebdomadaire

Ouvrages de référence

- JOANNIS H., de BARNIER V., De la Stratégie Marketing à la Création Publicitaire, Dunod
- LANDREVIE J., DE BAYNAST A., Publicitor, Dunod, 7ème édition
- LINDON D., JALLAT F., Le Marketing, Dunod
- HIAM A., Le Marketing pour les Nuls, First
- KLEIN N., No Logo, Actes Sud

Supports

- Syllabus
- Chaîne Vimeo
- Plateforme ConnectED

4. Modalités d'évaluation

Principe

Evaluation au terme du bloc.

Pondérations

	Q1		Q2		Q3	
	Modalités	%	Modalités	%	Modalités	%
production journalière			Int	20		
Période d'évaluation			Exe	80	Exe	100

Int = Interrogation(s), Exe = Examen écrit

La pondération de cette activité d'apprentissage au sein de l'UE dont elle fait partie vaut 20

Dispositions complémentaires

Pendant le quadrimestre, le non respect des dates de remise entraînera un retrait de 3 points sur 20 par jour de retard.

La section pratique l'arrondi mathématique pour l'évaluation des 2 périodes.

Pendant les sessions, tout étudiant retardataire sera envoyé à la Direction.

Référence au REE

Toute modification éventuelle en cours d'année ne peut se faire qu'exceptionnellement et en accord avec le Directeur de Catégorie ou son délégué et notifiée par écrit aux étudiants (article 10 du Règlement des études).

Bachelier en Publicité option : médias contemporains

HELHa Campus Mons 159 Chaussée de Binche 7000 MONS
Tél : +32 (0) 65 40 41 43 Fax : +32 (0) 65 40 41 53

Mail : pub.mons@helha.be

1. Identification de l'activité d'apprentissage

Communication publicitaire 2			
Code	2_ARPB1B02CONPB	Caractère	Obligatoire
Bloc	1B	Quadrimestre(s)	Q2
Crédits ECTS	2 C	Volume horaire	24 h
Coordonnées du Titulaire de l'activité et des intervenants	Benoît DEVUYST (benoit.devuyst@helha.be)		
Coefficient de pondération		20	
Langue d'enseignement et d'évaluation		Français	

2. Présentation

Introduction

Cette activité d'apprentissage a pour objectif de faire découvrir et d'apprendre aux étudiant(e)s les enjeux de la communication au sens large, et de la communication publicitaire en particulier. Elle vise également à développer leur sens critique et à aiguïser leur curiosité.

Objectifs / Acquis d'apprentissage

Au terme de cette activité d'apprentissage, l'étudiant(e) sera capable :

- de distinguer les différentes modalités de langage et types de communication
- d'inscrire son travail graphique et conceptuel dans une réflexion stratégique
- de prendre en considération les objectifs des annonceurs et les besoins des consommateurs
- de s'adapter aux nouvelles formes de communication

3. Description des activités d'apprentissage

Contenu

- Mettre en forme un message
 - Communication informative
 - Communication argumentative
 - Communication expressive
- Quand les marques communiquent
 - Valeur & positionnement de marque
 - Stratégies publicitaires
 - Communication online
 - Communication de crise

Démarches d'apprentissage

Cours magistral qui s'appuie sur de nombreux exemples (fixes/animés) et prévoit une participation des étudiant(e)s.

Dispositifs d'aide à la réussite

- Référence régulière à des cas concrets qui font l'actualité
- Feed-back après interrogation

Ouvrages de référence

BRETON P., PROULX S., L'explosion de la communication, La Découverte

JOANNIS H., DE BARNIER V., De la Stratégie Marketing à la Création Publicitaire, Dunod

LANDREVIE J., DE BAYNAST A., Publicitor, Dunod, 7ème édition

LINDON D., JALLAT F., Le Marketing, Dunod

Supports

Syllabus

Chaîne Vimeo

Plateforme ConnectED

4. Modalités d'évaluation

Principe

Evaluation au terme du bloc.

Pondérations

	Q1		Q2		Q3	
	Modalités	%	Modalités	%	Modalités	%
production journalière			Int	20		
Période d'évaluation			Exe	80	Exe	100

Int = Interrogation(s), Exe = Examen écrit

La pondération de cette activité d'apprentissage au sein de l'UE dont elle fait partie vaut 20

Dispositions complémentaires

Pendant le quadrimestre, le non respect des dates de remise entraînera un retrait de 3 points sur 20 par jour de retard.

La section pratique l'arrondi mathématique pour l'évaluation des 2 périodes.

Pendant les sessions, tout étudiant retardataire sera envoyé à la Direction.

Référence au REE

Toute modification éventuelle en cours d'année ne peut se faire qu'exceptionnellement et en accord avec le Directeur de Catégorie ou son délégué et notifiée par écrit aux étudiants (article 10 du Règlement des études).

Bachelier en Publicité option : médias contemporains

HELHa Campus Mons 159 Chaussée de Binche 7000 MONS
Tél : +32 (0) 65 40 41 43 Fax : +32 (0) 65 40 41 53

Mail : pub.mons@helha.be

1. Identification de l'activité d'apprentissage

Médias 2			
Code	2_ARPB1B02CONPC	Caractère	Obligatoire
Bloc	1B	Quadrimestre(s)	Q2
Crédits ECTS	2 C	Volume horaire	24 h
Coordonnées du Titulaire de l'activité et des intervenants	Benoît DEVUYST (benoit.devuyst@helha.be)		
Coefficient de pondération		20	
Langue d'enseignement et d'évaluation		Français	

2. Présentation

Introduction

Cette activité d'apprentissage a pour but d'initier l'étudiant(e) aux différents médias publicitaires, à leurs usages, leurs spécificités leurs utilisations créatives, ainsi qu'à leur évolution.

Objectifs / Acquis d'apprentissage

Au terme de cette activité d'apprentissage, l'étudiant(e) sera capable :

- de comprendre la terminologie professionnelle
- de distinguer les différents types de médias
- de déterminer quel(s) média(s) correspondent le mieux aux objectifs de la demande d'un client
- d'établir les liens qui s'imposent entre médias, publicité, marketing et communication

3. Description des activités d'apprentissage

Contenu

- Médias publicitaires
- Hors-médias (publicitaires)

Démarches d'apprentissage

Cours magistral illustré de nombreux exemples concrets et impliquant une participation active des étudiant(e)s.

Dispositifs d'aide à la réussite

- Référence régulière à des cas concrets qui font l'actualité
- Feed-back après interro

Ouvrages de référence

Blogs et sites spécialisés.

Supports

Syllabus, vidéos.

4. Modalités d'évaluation

Principe

Évaluation au terme du bloc.

Pondérations

	Q1		Q2		Q3	
	Modalités	%	Modalités	%	Modalités	%
production journalière			Int	20		
Période d'évaluation			Exe	80	Exe	100

Int = Interrogation(s), Exe = Examen écrit

La pondération de cette activité d'apprentissage au sein de l'UE dont elle fait partie vaut 20

Dispositions complémentaires

Pendant le quadrimestre, le non respect des dates de remise entraînera un retrait de 3 points sur 20 par jour de retard.

La section pratique l'arrondi mathématique pour l'évaluation des 2 périodes.

Pendant les sessions, tout étudiant retardataire sera envoyé à la Direction.

Référence au REE

Toute modification éventuelle en cours d'année ne peut se faire qu'exceptionnellement et en accord avec le Directeur de Catégorie ou son délégué et notifiée par écrit aux étudiants (article 10 du Règlement des études).