

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 13 Conception publicitaire 3 | | | |
|--|---|-----------------|-------------|
| Code | ARPB2B13CONP | Caractère | Obligatoire |
| Bloc | 2B | Quadrimestre(s) | Q1 |
| Crédits ECTS | 5 C | Volume horaire | 73 h |
| Coordonnées des responsables et des intervenants dans l'UE | Isabelle HUBINON (isabelle.hubinon@helha.be) Marc SOUMILLION (marc.soumillion@helha.be) Benoît DEVUYST (benoit.devuyst@helha.be) | | |
| Coefficient de pondération | 50 | | |
| Cycle et niveau du Cadre Francophone de Certification | bachelier / niveau 6 du CFC | | |
| Langue d'enseignement et d'évaluation | Français | | |

2. Présentation

Introduction

Développer la capacité à produire de la conception publicitaire et de la communication de manière créative et pertinente.

Apprendre à être en adéquation avec les réalités actuelles du métier (crossmédias, digital, événements, relationnel...).

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

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

- Compétence 1 **Compétences transversales inter catégorielles de l'Enseignement supérieur de type court**
 - Sous Compétence 1.1 Communiquer de manière précise tant oralement que par écrit
 - 1.1.1 Construire un message structuré, compréhensible, qui exprime une opinion, une réalisation, un événement
 - 1.1.2 Rédiger correctement, défendre et argumenter une idée, un message, un concept
 - 1.1.3 Résumer logiquement un message oral ou écrit en dégagant les idées clefs
 - 1.1.4 Utiliser une terminologie professionnelle appropriée tant oralement que par écrit
 - 1.1.5 Acquérir et développer son esprit critique
 - 1.1.6 Défendre son travail par une argumentation adéquate, pertinente
- Compétence 2 **Compétences transversales spécifiques à la Catégorie Arts Appliqués**
 - Sous Compétence 2.1 Compétences artistiques
 - 2.1.1 Enrichir sa culture artistique, s'informer des nouvelles tendances pour élargir son champ de créativité
- Compétence 3 **Compétences spécifiques**
 - Sous Compétence 3.2 Analyser et résoudre des situations professionnelles dans le domaine de la publicité
 - 3.2.1 Prendre en compte les objectifs des annonceurs et le comportement des consommateurs dans leurs composantes rationnelles, psychologiques et affectives et répondre à leurs attentes et répondre à leurs demandes
 - 3.2.3 S'adapter aux nouveaux médias et aux nouvelles formes de marketing

Acquis d'apprentissage visés

Au terme de cette unité d'enseignement, l'élève doit être capable de :

- concevoir des approches de communication multimédias originales répondant à des briefings spécifiques,
- développer un esprit critique.
- présenter et argumenter de manière pertinente ses idées et concepts.

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 :

| | | |
|---------------|------------------------------|--------------|
| ARPB2B13CONPA | Campagne publicitaire 1 | 24 h / 1.5 C |
| ARPB2B13CONPB | Conception audio-visuelle 1 | 25 h / 1.5 C |
| ARPB2B14COMPB | Communication publicitaire 1 | 24 h / 2 C |

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

4. Modalités d'évaluation

Les 50 points attribués dans cette UE sont répartis entre les différentes activités de la manière suivante :

| | | |
|---------------|------------------------------|----|
| ARPB2B13CONPA | Campagne publicitaire 1 | 15 |
| ARPB2B13CONPB | Conception audio-visuelle 1 | 15 |
| ARPB2B14COMPB | Communication publicitaire 1 | 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

Si l'étudiant obtient une note < 8/20 à au moins l'une des activités d'apprentissage cette note devient la note globale maximale de l'UE. Dès lors, l'UE n'est pas validée.

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

| Campagne publicitaire 1 | | | |
|--|---|-----------------|-------------|
| Code | 2_ARPB2B13CONPA | Caractère | Obligatoire |
| Bloc | 2B | Quadrimestre(s) | Q1 |
| Crédits ECTS | 1.5 C | Volume horaire | 24 h |
| Coordonnées du Titulaire de l'activité et des intervenants | Marc SOUMILLION (marc.soumillion@helha.be) | | |
| Coefficient de pondération | | 15 | |
| Langue d'enseignement et d'évaluation | | Français | |

2. Présentation

Introduction

Ce cours présente les différents outils du planning stratégique. Les étudiants devront les utiliser de manière professionnelle.

Objectifs / Acquis d'apprentissage

Au terme de cette aa, l'étudiant va appliquer les outils du planning stratégique pour favoriser une conception publicitaire plus pertinente.

Dans le cadre du processus de création publicitaire, il est important pour les créatifs de connaître et de comprendre les méthodes stratégiques en amont de la conception.

Développement d'un sens créatif pertinent et performant pour un client donné.

3. Description des activités d'apprentissage

Contenu

Schémas et méthodologies sur 4 éléments :

- aspects symboliques de la marque
- réputation de la marque
- segmentation des cibles de différentes manières
- identité et positionnement de la marque

Démarches d'apprentissage

En partie, cours magistral pour l'explication des outils.

En partie exercices d'application des outils

Dispositifs d'aide à la réussite

Livres, présentations powerpoint...

Ouvrages de référence

"20 frames of mind for managing your brand " ; Marc Soumillion

Supports

Cours mis en ligne sur blog spécifique et Claroline

4. Modalités d'évaluation

Principe

Évaluation continue des travaux journaliers

Évaluation en fin d'UE par un examen

L'orthographe et la présentation orale et écrite interviennent dans la cotation

Pondérations

| | Q1 | | Q2 | | Q3 | |
|------------------------|-----------|----|-----------|---|-----------|----|
| | Modalités | % | Modalités | % | Modalités | % |
| production journalière | Trv | 40 | | | | |
| Période d'évaluation | Exo | 60 | | | Exo | 60 |

Trv = Travaux, Exo = Examen oral

La pondération de cette activité d'apprentissage au sein de l'UE dont elle fait partie vaut 15

Dispositions complémentaires

- Pour le Q3, la note du travail journalier est acquise et ne bouge pas, l'étudiant représente 60% des points.
- La présence au cours est obligatoire.

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(e) 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

| Conception audio-visuelle 1 | | | |
|--|---|-----------------|-------------|
| Code | 2_ARPB2B13CONPB | Caractère | Obligatoire |
| Bloc | 2B | Quadrimestre(s) | Q1 |
| Crédits ECTS | 1.5 C | Volume horaire | 25 h |
| Coordonnées du Titulaire de l'activité et des intervenants | Isabelle HUBINON (isabelle.hubinon@helha.be) | | |
| Coefficient de pondération | 15 | | |
| Langue d'enseignement et d'évaluation | Français | | |

2. Présentation

Introduction

Apprentissage et mise en pratique des processus de création audiovisuelle.

Objectifs / Acquis d'apprentissage

Apprendre à construire un message audiovisuel structuré, compréhensible, percutant et pertinent.
Apprendre à rédiger correctement, défendre et argumenter une idée, un message, un concept.
S'adapter à l'évolution des technologies et des exigences du secteur professionnel
Rédiger un synopsis et réalisation de boards, de story-boards

3. Description des activités d'apprentissage

Contenu

Découverte et apprentissage des processus de création de spots TV, radio, banners Internet, vidéos virales, etc.
Initiation aux bases techniques et contraintes de la réalisation (vocabulaire, techniques cinéma & vidéo, techniques radio, respect des timings ...)
Rôle des différents intervenants avec focus sur celui des créatifs dans le processus de production.

Démarches d'apprentissage

Cours théoriques : insights publicitaires, langage TV, cinéma, radio, internet, complémentarité son/musique/paroles & images, processus créatifs, etc.
Ateliers/exercices pratiques (sur base de briefings réels) seul : scripts radio & TV, storyboards TV, vidéos virales, projets de banners, campagne audio-visuelle en synergie avec print.

Dispositifs d'aide à la réussite

Liens vers des blogs et sites de ressources pertinentes.

Ouvrages de référence

Néant

Supports

Les cours et briefings sont disponibles sur la plateforme Connected

4. Modalités d'évaluation

Principe

Evaluation continue des travaux journaliers.

L'orthographe et la présentation des travaux interviennent dans la cotation.

Pondérations

| | Q1 | | Q2 | | Q3 | |
|------------------------|-----------------|----|-----------|---|-----------|----|
| | Modalités | % | Modalités | % | Modalités | % |
| production journalière | Evc + Prj + Trv | 60 | | | | |
| Période d'évaluation | Trv | 40 | | | Trv | 40 |

Evc = Évaluation continue, Prj = Projet(s), Trv = Travaux

La pondération de cette activité d'apprentissage au sein de l'UE dont elle fait partie vaut 15

Dispositions complémentaires

La note obtenue pour le travail journalier en Q1 reste valable pour le calcul final en Q3.

L'étudiant qui présente un certificat médical devra représenter les travaux à une date ultérieure en accord avec l'enseignant et 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 1 | | | |
|--|--|-----------------|-------------|
| Code | 2_ARPB2B14COMPB | Caractère | Obligatoire |
| Bloc | 2B | Quadrimestre(s) | Q1 |
| 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 s'inscrit dans le prolongement des cours de marketing et de communication du bloc 1. Elle a pour objectif l'application des acquis de ces cours à des demandes clients concrètes, exprimées à travers un briefing créatif.

L'activité d'apprentissage vise également à faire prendre conscience aux étudiant(e)s de l'importance d'inscrire leur travail créatif/graphique dans une vision stratégique.

Objectifs / Acquis d'apprentissage

À l'issue de l'UE, l'étudiant(e) sera capable :

- d'appliquer les acquis des activités d'apprentissage du bloc 1
- de construire un message publicitaire impactant et juste stratégiquement
- de réaliser la composition d'un ensemble de supports de communication offline et online
- de créer une campagne de communication complète (depuis la création d'un nom/logo jusqu'à la réalisation d'un dépliant ou de la papeterie)

3. Description des activités d'apprentissage

Contenu

Contenu théorique :
Langage de marque
Briefing client et briefing créatif
Stratégies publicitaires
Modèles créatifs célèbres (USP, insight, etc.)
Briefings (sujets simulés ou demandes concrètes)

Démarches d'apprentissage

Cours magistral qui s'appuie sur de nombreux exemples (fixes/animés) et inclut une participation active des étudiant(e)s, suivi de briefings sous forme d'ateliers. Les étudiant(e)s ont l'occasion de travailler en solo ou en équipe.

Dispositifs d'aide à la réussite

Debriefing individuel après chaque évaluation
Evaluations régulières pour permettre de se situer et de progresser

Ouvrages de référence

Cours de marketing, Communication et Médias, bloc 1

Supports

- Références visuelles et vidéos
- Prise de note au cours
- Briefings

4. Modalités d'évaluation

Principe

Exercices cotés durant la partie magistrale du cours
Chaque briefing se clôture par une évaluation + debriefing

Les consignes imposées dans tous les briefings doivent être appliquées dans leur intégralité. Si une consigne n'est pas respectée, le travail obtiendra un zéro.

Pondérations

| | Q1 | | Q2 | | Q3 | |
|------------------------|-----------|----|-----------|---|-----------|----|
| | Modalités | % | Modalités | % | Modalités | % |
| production journalière | Trv | 60 | | | | |
| Période d'évaluation | Trv | 40 | | | Trv | 40 |

Trv = Travaux

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

Dispositions complémentaires

Le travail journalier n'est ni dispensatoire, ni récupérable.

Les exercices réalisés au cours du quadrimestre préparent au travail qui clôture la période. Celui-ci pourra être représenté en seconde session, remettant donc en jeu 40% de la note totale.

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(e) 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).