

# 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](mailto:pub.mons@helha.be)

## 1. Identification de l'Unité d'Enseignement

UE 26 Création publicitaire 3			
Code	ARPB2B26CREP	Caractère	Obligatoire
Bloc	2B	Quadrimestre(s)	Q2
Crédits ECTS	6 C	Volume horaire	66 h
Coordonnées des responsables et des intervenants dans l'UE	<b>Samuel BUXIN</b> ( <a href="mailto:samuel.buxin@helha.be">samuel.buxin@helha.be</a> ) <b>Isabelle HUBINON</b> ( <a href="mailto:isabelle.hubinon@helha.be">isabelle.hubinon@helha.be</a> ) <b>Patrick PIRLOT</b> ( <a href="mailto:patrick.pirlot@helha.be">patrick.pirlot@helha.be</a> )		
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 UE est composée de 3 activités d'apprentissage, à savoir "création publicitaire", "typographie" et "PLV". La présentation de chacune est développée dans les fiches respectives à ces activités d'apprentissage.

### 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

1.1.4 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

Sous Compétence 1.2 S'intégrer à l'environnement économique et technique de son futur métier

1.2.4 Développer et actualiser des savoirs, savoir-faire, savoir-être par la participation aux concours, expositions, formation continue

1.2.5 S'adapter à l'évolution des technologies et des exigences du secteur professionnel

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

2.1.3 Privilégier l'impact d'une image par une recherche et une expérimentation graphique personnelle

2.1.4 Développer sa sensibilité et son sens esthétique

Compétence 3 **Compétences spécifiques**

Sous Compétence 3.1 Maîtriser le graphisme dans ses techniques imposées par la profession

3.1.1 Gérer en tant que concepteur l'image sous toutes ses formes

3.1.2 Concevoir une composition graphique lisible et équilibrée

3.1.3 Utiliser la technique graphique la mieux appropriée au projet à réaliser en fonction des ressources, du temps imparti et du budget

3.1.4 Utiliser de manière performante les techniques informatiques les plus adéquates, notamment en photographie, en typographie...

Sous Compétence 3.2 Analyser et résoudre des situations professionnelles dans le domaine de la publicité

3.2.2 Choisir les médias et les supports les plus appropriés pour véhiculer un message en fonction de la

### **Acquis d'apprentissage visés**

L'étudiant devra être capable de développer une vision globale de sa créativité répondant aux différentes activités d'apprentissage avec une perception d'unité graphique et publicitaire.

### **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 :

ARPB2B26CREPA	Création publicitaire 2	24 h / 3 C
ARPB2B26CREPB	Typographie 2	12 h / 1 C
ARPB2B26CREPC	PLV	30 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 :

ARPB2B26CREPA	Création publicitaire 2	30
ARPB2B26CREPB	Typographie 2	10
ARPB2B26CREPC	PLV	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**

La présence aux cours est obligatoire ainsi qu'à la remise des travaux.

En cas de note inférieure à 8/20 dans une des activités d'apprentissage de l'UE, 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](mailto:pub.mons@helha.be)

## 1. Identification de l'activité d'apprentissage

Création publicitaire 2			
Code	2_ARPB2B26CREPA	Caractère	Obligatoire
Bloc	2B	Quadrimestre(s)	Q2
Crédits ECTS	3 C	Volume horaire	24 h
Coordonnées du Titulaire de l'activité et des intervenants	<b>Isabelle HUBINON</b> ( <a href="mailto:isabelle.hubinon@helha.be">isabelle.hubinon@helha.be</a> )		
Coefficient de pondération	30		
Langue d'enseignement et d'évaluation	Français		

## 2. Présentation

### Introduction

Dans cette AA, les étudiants vont réaliser des campagnes publicitaires tous médias confondus (360°) de la conception à la réalisation finale en tenant compte de ce qui est vu aussi graphiquement dans les AA typographie et PLV

### Objectifs / Acquis d'apprentissage

Au terme de l'AA, l'étudiant sera capable de :

- réaliser une création personnelle et originale
- rechercher des sources; éveil à la curiosité culturelle artistique (boards)
- Savoir présenter un travail soigné
- Savoir respecter un délai
- Appliquer ses connaissances graphiques dans les médias traditionnels et les nouveaux médias

## 3. Description des activités d'apprentissage

### Contenu

- Explications de A à Z des étapes de la conception et la réalisation d'une campagne publicitaire
- Briefings professionnels d'agence expliqués en classe à l'aide d'exemples
- Recherche d'insights, de concepts
- Réalisation finale et direction artistique
- présentation des projets

### Démarches d'apprentissage

- Recherche d'idées créatives pour des produits et des services
- Choix de la nature de l'image, de l'ambiance, du décor, de l'univers esthétique, de la composition, de la typographie, de la hiérarchie des informations...
- Déclinaison des campagnes dans tous les médias (360°)

### Dispositifs d'aide à la réussite

Les étudiants doivent assister aux cours et être actifs et créatifs durant ceux-ci en soumettant leurs productions à la critique de manière régulière.

Ils auront loisir d'améliorer ou éventuellement de recommencer leurs travaux.

## Ouvrages de référence

Les étudiants recherchent des sources d'inspiration sur le web, en bibliothèque...

Remarque importante : les sources d'inspiration sont un moteur et une prise d'ambiance thématique pour la création. Il n'est en aucun cas possible de reprendre une image ou une idée partiellement ou dans son entièreté sous peine d'annulation du travail de l'étudiant.

## Supports

## 4. Modalités d'évaluation

### Principe

Evaluation continue :

Les créations des étudiants sont évaluées tout au long des recherches et de l'exécution afin d'améliorer le niveau de chacune.

Les critères d'évaluation sont les suivants :

- originalité et pertinence des idées
- respect du brief
- soin, présentation et direction artistique
- aspect novateur dans le choix des médias.

### Pondérations

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

Evc = Évaluation continue, Trv = Travaux

La pondération de cette activité d'apprentissage au sein de l'UE dont elle fait partie vaut 30

### Dispositions complémentaires

- Pour le Q3, la note du travail journalier est acquise et ne bouge pas, l'étudiant représente 40% 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](mailto:pub.mons@helha.be)

### 1. Identification de l'activité d'apprentissage

Typographie 2			
Code	2_ARPB2B26CREPB	Caractère	Obligatoire
Bloc	2B	Quadrimestre(s)	Q2
Crédits ECTS	1 C	Volume horaire	12 h
Coordonnées du Titulaire de l'activité et des intervenants	<b>Samuel BUXIN</b> ( <a href="mailto:samuel.buxin@helha.be">samuel.buxin@helha.be</a> )		
Coefficient de pondération	10		
Langue d'enseignement et d'évaluation	Français		

### 2. Présentation

#### Introduction

- Etude et analyse des besoins d'une "entreprise": étude du marché et de la concurrence, mise en place d'un cahier des charges qui va permettre la création d'une identité visuelle et de son adaptation pour la création d'une charte graphique.
- Mettre en place une réflexion pertinente pour justifier la démarche créative.

#### Objectifs / Acquis d'apprentissage

- Mettre en place un dossier de travail et un moodboard complet pour développer la créativité.
- Dégager une vision pertinente de la place de l'identité visuelle dans le design graphique actuel.
- Permettre à l'étudiant de développer son travail créatif et de passer au stade de production.
- Donner à l'étudiant de l'efficacité dans la présentation, l'argumentation et la défense de son travail

### 3. Description des activités d'apprentissage

#### Contenu

- Analyse des besoins d'une entreprise en vue de la création d'une identité visuelle et du développement de ses déclinaisons pour une charte graphique.
- Mise en place d'un dossier complet: 1° sur l'entreprise, 2° le marché, 3° la concurrence, et les conclusions pour déterminer le cahier des charges.
- Création et réalisation d'une charte graphique complète avec les déclinaisons pour les supports envisagés (documents administratifs, signalétique, décoration de véhicule ... )
- Réalisation et production d'idées au départ des recherches effectuées au 1er quadrimestre.

#### Démarches d'apprentissage

- La partie théorique du cours va servir à mettre en place un processus de réflexion sur la stratégie créative.
- La recherche sera focalisée essentiellement sur l'étude graphique.
- Acquérir une vision large de l'identité visuelle et du design graphique actuel.
- Développer une réflexion stratégique pertinente sur base d'études et de conclusions sur le sujet.

#### Dispositifs d'aide à la réussite

- Guidance du travail créatif à chaque cours.
- Possibilité de recommencer un travail, de le modifier pour améliorer une note.

- Disponibilité de l'enseignant en dehors des cours, mise à disposition de livres et revues en plus de la bibliothèque.

### Ouvrages de référence

- Expérience professionnelle.
- Références bibliographiques: idem que Q1 + Créations de logos et de chartes graphiques, J. Paternotte. Un logo vite, M. Dembour. Les marques capital de l'entreprise, J-N Kapferer.

### Supports

- Des fiches techniques seront mises à disposition des étudiants sur connectED.
- Sur connectED également des dossiers avec des renseignements complets pour les travaux pratiques.
- Remise ponctuelle de documents photocopiés.

## 4. Modalités d'évaluation

### Principe

- L'évaluation d'un exercice se fait progressivement, à chaque cours l'étudiant reçoit une guidance et des remarques sur son travail créatif.
- Une note peut toujours être améliorée.

### Pondérations

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

Evc = Évaluation continue, Trv = Travaux

La pondération de cette activité d'apprentissage au sein de l'UE dont elle fait partie vaut 10

### Dispositions complémentaires

- La présence au cours est obligatoire.
  - Le non-respect des consignes du briefing sanctionnera l'étudiant.e d'un zéro à la note du travail.
  - Un CM ou un justificatif officiel va permettre de différer la remise d'un travail pratique avec les directives de l'enseignant.
  - En fonction des directives du briefing concernant la date de remise d'un TP, 3 points seront enlevés de la cote / 20 par jour de retard SI aucun motif valable ne peut être présenté.
  - Pour le Q3, la note du travail journalier est acquise et ne bouge pas, l'étudiant représente 40% des points.
  - 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](mailto:pub.mons@helha.be)

## 1. Identification de l'activité d'apprentissage

PLV			
Code	2_ARPB2B26CREPC	Caractère	Obligatoire
Bloc	2B	Quadrimestre(s)	Q2
Crédits ECTS	2 C	Volume horaire	30 h
Coordonnées du Titulaire de l'activité et des intervenants	Patrick PIRLOT ( <a href="mailto:patrick.pirlot@helha.be">patrick.pirlot@helha.be</a> )		
Coefficient de pondération	20		
Langue d'enseignement et d'évaluation	Français		

## 2. Présentation

### Introduction

#### Packaging

Aborder la fonction publicitaire d'un packaging – comme outil de communication – par sa valorisation (positionnement de la marque) et sa visibilité (impact dans le linéaire).

Analyser et créer un packaging en respectant sa fonction (contenant), l'image de la marque (ses valeurs), l'image du produit lui-même (ses qualités, son goût, son contexte ...).

#### PLV

Mettre en avant un produit sur un lieu de vente par des moyens visuels divers et en assurer sa promotion.

### Objectifs / Acquis d'apprentissage

L'étudiant sera capable :

- d'élaborer un packaging en 3 dimensions tant sur le plan technique que dans le respect des fonctions publicitaires du packaging.
- d'élaborer une PLV dans le respect de la charte graphique de l'annonceur.

## 3. Description des activités d'apprentissage

### Contenu

Packaging

Ce métier combine les images photographiques ou picturales, la typographie, les formes, les couleurs, les matières et les idées.

### Démarches d'apprentissage

Exercices pratiques dirigés.

### Dispositifs d'aide à la réussite

Suivi individuel et hebdomadaire de l'étudiant(e)  
Auto évaluation

### Ouvrages de référence

Packaging : Toutes les étapes du concept au consommateur de Jean-Jacques Urvoy et Sophie Sanchez-Poussineau.

Packaging mode d'emploi : De la conception à la distribution de Philippe Devismes

Unpack me! New packaging design : Le nouveau design du packaging de Aa.Vv

### Supports

Briefings et théorie disponibles sur Claroline.

Ressources en ligne (Pinterest, Bé-hance, étapes, etc.).

Bibliothèque de la Helha.

## 4. Modalités d'évaluation

### Principe

L'évaluation se partage entre des travaux pratiques demandés au cours du quadrimestre et un travail de synthèse à remettre lors de l'examen.

### Pondérations

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

Evc = Évaluation continue, Trv = Travaux

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

### Dispositions complémentaires

Évaluation du TJ :

Chaque travail sera évalué sur 20 points.

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).