

# 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

PB202 Communication publicitaire 1			
Code	ARPB2B02P202	Caractère	Obligatoire
Bloc	2B	Quadrimestre(s)	Q1
Crédits ECTS	2 C	Volume horaire	24 h
Coordonnées des responsables et des intervenants dans l'UE	<b>Benoît DEVUYST</b> (benoit.devuyst@helha.be)		
Coefficient de pondération	20		
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 a pour objectif de développer la capacité de l'étudiant(e) à produire de la conception publicitaire et de la communication de manière efficace et créative.

Elle vise également à ce que son travail soit en adéquation avec les réalités actuelles du métier (offline/online, crossmédia, 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 3.1 Maîtriser le graphisme dans ses technique imposées par la profession
- 3.1.2 Concevoir une composition graphique lisible et équilibrée
- 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
  - 3.2.2 Choisir les médias et les supports les plus appropriés pour véhiculer un message en fonction de la cible concernée
  - 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 opérations de communication multimédias justes, pertinentes et originales répondant à un briefing et des objectifs spécifiques
- développer un esprit critique et un sens aigu de la communication offline/online
- présenter et argumenter ses idées & concepts de manière pertinente

## 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 l(es) activité(s) d'apprentissage suivante(s) :

ARPB2B02P202· PB202 Communication publicitaire 1 24h / 2 C

Cette activité d'apprentissage comprend les parties suivantes :

Communication publicitaire 1 24 h

## Contenu

- Valeurs de marque : caractères de marques - look & feel - signature/positionnement - rythme (fréquence/répétition)
- Modèles créatifs : insight, USP, disruption
- Briefings

## Démarches d'apprentissage

- Travaux individuels ou en team à déposer sur ConnectED ou à faire et à présenter en classe
- Deadlines variables : in/out (2h), 1 semaine, max. 3 semaines

## Dispositifs d'aide à la réussite

- Debriefing des cotations
- Suivi permanent de l'évolution des travaux

## Ouvrages de référence

- Cours de MKT/COM/MEDIAS de Bloc 1

## Supports

Références visuelles fixes et/ou animées

## 4. Modalités d'évaluation

### Principe

TJ + examen

### Pondérations

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

Evc = Évaluation continue, Exe = Examen écrit, Tvs = Travail de synthèse

### Dispositions complémentaires

Si l'étudiant(e) n'obtient pas 10/20 en fin de période et qu'il doit se représenter au Q3, il ne remet en jeu que la cote de son évaluation (pas celle de sa production journalière, qui reste acquise).

Le non respect des consignes figurant dans les briefings entraîne un zéro.

#### Référence au RGE

En cas de force majeure, une modification éventuelle en cours d'année peut être faite en accord avec le Directeur de département, et notifiée par écrit aux étudiants. (article 67 du règlement général des études 2019-2020).