

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

PB313 Travail de fin d'études			
Code	ARPB3B13P313	Caractère	Obligatoire
Bloc	3B	Quadrimestre(s)	Q2
Crédits ECTS	15 C	Volume horaire	0 h
Coordonnées des responsables et des intervenants dans l'UE	Samuel BUXIN (samuel.buxin@helha.be)		
Coefficient de pondération	150		
Cycle et niveau du Cadre Francophone de Certification	bachelier / niveau 6 du CFC		
Langue d'enseignement et d'évaluation	Français		

2. Présentation

Introduction

Le TFE regroupe 15 crédits.

L'étudiant devra prouver qu'il est capable de mettre en pratique toutes les connaissances reçues pendant ses études.

Le TFE se divise en 2 travaux :

- l'analyse stratégique d'un produit ou d'un service et la rédaction d'un briefing créatif.
- la réalisation d'une campagne de communication qui répond à la stratégie établie dans le dossier écrit.

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

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

- 1.2.2 Appliquer les règles déontologiques et juridiques propres au métier
- 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
- 2.1.2 Avoir un regard critique sur les rapports entre l'art et la société dans leur contexte historique, social, culturel et intellectuel
- 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

Sous Compétence 2.2 Compétences "Arts appliqués"

- 2.2.1 Analyser les tendances et en retirer les différents éléments sémiologiques, sociologiques et psychologiques
- 2.2.2 Analyser et défendre un projet notamment sous ses aspects techniques, économiques, juridiques et déontologiques

- 2.2.3 Mobiliser tout type de techniques et d'expression à l'usage professionnel
- Compétence 3 **Compétences spécifiques**
- Sous Compétence 3.1 Maîtriser le graphisme dans ses technique 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
- 3.2.1 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
- 3.2.5 Évaluer le temps nécessaire à la réalisation d'un projet et le coût du travail à réaliser

Acquis d'apprentissage visés

Les finalités du TFE sont :

- de prouver que l'étudiant est capable de rassembler et de comprendre les données théoriques et stratégiques nécessaires à l'élaboration d'une réalisation publicitaire complète et complexe.
- Ensuite de proposer des pistes créatives pour répondre aux objectifs de communication du produit ou service traité.

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) :

ARPB3B13P313A Travail de fin d'études

0 h / 15 C

Contenu

L'étudiant analysera son sujet et la concurrence de celui-ci et rédigera un plan d'action personnel qu'il mettra en oeuvre dans une réalisation pratique et complète. Cette étude sera présentée - sous la double forme d'un document écrit et de sa réalisation graphique - devant un jury d'enseignants qui apprécieront
Fiche ARPB3B38ACIP au 28/09/2018 - page 1 de 2
l'ensemble de la recherche tant du point de vue de l'analyse que de la création graphique et publicitaire.

Démarches d'apprentissage

Travail individuel guidé et coaché par un enseignant promoteur.

Dispositifs d'aide à la réussite

Un promoteur va aider l'étudiant dans la réalisation de son TFE.

Ouvrages de référence

Néant

Supports

Des notes explicatives sous forme de briefing ont été données à l'accueil de rentrée et se trouvent sur la plateforme en ligne (ConnectED)

4. Modalités d'évaluation

Principe

Le TFE regroupe 15 crédits.

La moitié des points sont attribués à la partie stratégique et l'autre moitié des points à la partie pratique.

Pondérations

	Q1		Q2		Q3	
	Modalités	%	Modalités	%	Modalités	%
production journalière						
Période d'évaluation			Exm	100	Exm	100

Exm = Examen mixte

Dispositions complémentaires

La partie stratégique du TFE est présentée devant un jury en juin en début de session. La partie pratique est présentée en juin en fin de session. Ceci pour permettre à l'étudiant de réaliser une campagne de communication en fonction de ses recherches théoriques. Les 2 parties ne peuvent donc être présentées en même temps. C'est également valable pour la seconde session (quadrimestre 3).

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).