

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

PB102 Conception publicitaire 2			
Code	ARPB1B02P102	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 UE initie les étudiant(e)s aux fondements du marketing, de la communication et des médias (e.a. publicitaires).

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
- Compétence 2 **Compétences transversales spécifiques à la Catégorie Arts Appliqués**
 - Sous Compétence 2.1 Compétences artistiques
 - 2.1.2 Avoir un regard critique sur les rapports entre l'art et la société dans leur contexte historique, social, culturel et intellectuel
 - Sous Compétence 2.2 Compétences "Arts appliqués"
 - 2.2.1 Analyser les tendances et en retirer les différents éléments sémiologiques, sociologiques et psychologiques
- 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
 - 3.2.2 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

Cf. point précédent

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) :

ARPB1B02P102A	Marketing 2	24 h / 2 C
ARPB1B02P102B	Communication publicitaire 2	24 h / 2 C
ARPB1B02P102C	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 :

ARPB1B02P102A	Marketing 2	20
ARPB1B02P102B	Communication publicitaire 2	20
ARPB1B02P102C	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 notations des travaux/interrogations du quadrimestre et la note obtenue lors de l'examen de fin de période.

Toute modification du contenu présent dans cette fiche ne peut se faire qu'exceptionnellement et en accord avec le Directeur de Catégorie ou son délégué et notifiée par écrit aux étudiant(e)s (art.10 Règlement des études).

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 2021-2022).

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_ARPB1B02P102A	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 lui permettre de comprendre le rôle spécifique de la communication publicitaire au sein d'une stratégie marketing.

Objectifs / Acquis d'apprentissage

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

- De comprendre les différentes techniques de vente développées par les marques (marchandes ou pas)
- D'évaluer la nature des liens entre marques et prospects et/ou clients
- De proposer des messages et des univers de marques adaptés aux personnes ciblées par les marques
- D'intégrer son travail créatif et graphique dans une réflexion stratégique globale

3. Description des activités d'apprentissage

Contenu

- P comme Price -> stratégies de prix, objectifs/contraintes/modulations des prix, MDD, low cost
- P comme Place -> Objectifs/fonctions, circuits de distribution, cas concrets
- P comme Promotion -> promotion des ventes, techniques publicitaires, hors média

Démarches d'apprentissage

Cours magistral s'appuyant sur l'actualité, de nombreux exemples (fixes/animés) et prévoyant une participation active des étudiant(e)s. Cours qui mixe distanciel et présentiel : 3 cours en mode distanciel + 1 cours en mode présentiel qui synthétise la matière des 3 cours précédents et fait l'objet d'un travail coté.

Dispositifs d'aide à la réussite

- Info marketing hebdomadaire
- Podcasts ponctuels pour mettre l'accent sur un point précis de la matière ou réagir à un fait d'actualité
- Nombreuses sources audio & vidéo
- Débriefing des travaux cotés en cours de période

Sources et références

Renvoi des étudiant(e)s vers le Centre de documentation de la HE, où la plupart des ouvrages de référence se trouvent.

Supports en ligne

Les supports en ligne et indispensables pour acquérir les compétences requises sont :

- Syllabus
- Podcasts
- Plateforme Office 365 -> Stream
- Plateforme ConnectED
- Plateforme Teams

4. Modalités d'évaluation

Principe

- Évaluation continue durant la période
- Examen écrit en fin de période

Pondérations

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

- La section pratique l'arrondi mathématique lors de l'évaluation finale de la période.
- Lors de l'examen, tout(e) étudiant(e) retardataire se verra refuser le droit de participer à l'examen et sera envoyé(e) à la Direction.
- La consultation des copies ne vaut que pour les examens
- Toute absence pour maladie doit être signalée au secrétariat principal dans les délais impartis et dans le respect des modalités telles que définies par la section Arts Appliqués.

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 2021-2022).

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_ARPB1B02P102B	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 à l'étudiant(e) les enjeux de la communication au sens large et de la communication publicitaire en particulier. Elle vise à développer son esprit critique et à aiguïser sa curiosité.

Objectifs / Acquis d'apprentissage

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

- De distinguer les différents types de communication
- De mieux comprendre les enjeux d'une communication efficace et réfléchie
- D'établir les avantages/inconvénients des différents supports de communication publicitaire offline et online
- D'inscrire son travail créatif et/ou graphique dans une réflexion sociologique plus large
- De mieux comprendre les besoins des annonceurs et ceux des consommateurs

3. Description des activités d'apprentissage

Contenu

- Théorie des générations
- Réception d'un message -> cerveau, désirs & besoins, motivation & implication, dissonance cognitive
- Mise en forme d'un message -> communication informative/communication argumentative/communication expressive

Démarches d'apprentissage

Cours magistral s'appuyant sur l'actualité, de nombreux exemples (fixes/animés) et prévoyant une participation active des étudiant(e)s. Cours qui mixe distanciel et présentiel : 3 cours en mode distanciel + 1 cours en mode présentiel qui synthétise la matière des 3 cours précédents et fait l'objet d'un travail coté.

Dispositifs d'aide à la réussite

- Podcasts ponctuels pour mettre l'accent sur un point précis de la matière ou réagir à un fait d'actualité
- Nombreuses sources vidéo
- Débriefing des travaux cotés en cours de période

Sources et références

Renvoi des étudiant(e)s vers le Centre de documentation de la HE, où la plupart des ouvrages de référence se trouvent

Supports en ligne

Les supports en ligne et indispensables pour acquérir les compétences requises sont :

- Syllabus
- Podcasts
- Plateforme Office 365 -> Stream
- Plateforme ConnectED
- Plateforme Teams

4. Modalités d'évaluation

Principe

- Évaluation continue durant la période
- Examen écrit en fin de période

Pondérations

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

- La section pratique l'arrondi mathématique lors de l'évaluation finale de la période.
- Lors de l'examen, tout(e) étudiant(e) retardataire se verra refuser le droit de participer à l'examen et sera envoyé(e) à la Direction.
- La consultation des copies ne vaut que pour les examens.
- Toute absence pour maladie doit être signalée au secrétariat principal dans les délais impartis et dans le respect des modalités telles que définies par la section Arts Appliqués.

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 2021-2022).

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_ARPB1B02P102C	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) à l'importance et au rôle des médias, en particulier publicitaires. Elle a aussi pour objectif de lui fournir des outils pour consommer les médias de manière adulte, efficace et réfléchie. Elle lui fait enfin découvrir les nombreuses possibilités de types de supports publicitaires offline et online.

Objectifs / Acquis d'apprentissage

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

- De savoir quel(s) média(s) correspond le mieux au message qu'un annonceur (marchand ou pas) désire faire passer
- De porter un regard critique sur la transformation des médias
- De connaître les forces & faiblesses de chaque média publicitaire

3. Description des activités d'apprentissage

Contenu

- Médias audiovisuels (télé)
- Médias digitaux (podcast, médias sociaux)
- Notre rapport aux médias (influence, spirale du silence, lanceurs d'alerte)
- Médias, publicité & marchés (rapports de force, libéralisme & capitalisme)
- Supports publicitaires (médias de masse, hors-médias)

Démarches d'apprentissage

Cours magistral s'appuyant sur l'actualité, de nombreux exemples (fixes/animés) et prévoyant une participation active des étudiant(e)s. Cours qui mixe distanciel et présentiel : 3 cours en mode distanciel + 1 cours en mode présentiel qui synthétise la matière des 3 cours précédents et fait l'objet d'un travail coté.

Dispositifs d'aide à la réussite

- Podcasts ponctuels pour mettre l'accent sur un point précis de la matière ou réagir à un fait d'actualité
- Nombreuses sources vidéo
- Débriefing des travaux cotés en cours de période

Sources et références

Renvoi des étudiant(e)s vers le Centre de documentation de la HE, où la plupart des ouvrages de référence se trouvent.

Supports en ligne

Les supports en ligne et indispensables pour acquérir les compétences requises sont :

- Syllabus
- Podcasts
- Plateforme Office 365 -> Stream
- Plateforme ConnectED
- Plateforme Teams

4. Modalités d'évaluation

Principe

- Évaluation continue durant la période
- Examen écrit en fin de période

Pondérations

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

- La section pratique l'arrondi mathématique lors de l'évaluation finale de la période.
- Lors de l'examen, tout(e) étudiant(e) retardataire se verra refuser le droit de participer à l'examen et sera envoyé(e) à la Direction.
- La consultation des copies ne vaut que pour les examens
- Toute absence pour maladie doit être signalée au secrétariat principal dans les délais impartis et dans le respect des modalités telles que définies par la section Arts Appliqués.

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 2021-2022).