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

PB204 Conception publicitaire 4			
Code	ARPB2B04P204	Caractère	Obligatoire
Bloc	2B	Quadrimestre(s)	Q2
Crédits ECTS	4 C	Volume horaire	48 h
Coordonnées des responsables et des intervenants dans l'UE	Isabelle HUBINON (isabelle.hubinon@helha.be) Aurélié SABUREGEYA (aurelie.saburegeya@helha.be)		
Coefficient de pondération	40		
Cycle et niveau du Cadre Francophone de Certification	bachelier / niveau 6 du CFC		
Langue d'enseignement et d'évaluation	Français		

2. Présentation

Introduction

Néant

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
 - 1.1.4 Utiliser une terminologie professionnelle appropriée tant oralement que par écrit
 - 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
- 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 technique imposées par la profession
 - 3.1.3 Utiliser la technique graphique la mieux appropriée au projet à réaliser en fonction des ressources, du temps imparti et du budget
 - 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
 - 3.2.4 Améliorer le book en fonction des dernières évolutions créatives et technologiques

Acquis d'apprentissage visés

Néant

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) :

ARPB2B04P204 · PB204 Conception publicitaire 4 48h / 4 C

Cette activité d'apprentissage comprend les parties suivantes :

Campagne publicitaire 2 24 h

Conception audio-visuelle 2 24 h

Les descriptions détaillées des différentes parties sont reprises dans les fiches descriptives jointes.

4. Modalités d'évaluation

Principe

Néant

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 la partie Campagne publicitaire 2

Volume horaire	24 h
Coordonnées du titulaire et des intervenants	Isabelle HUBINON (isabelle.hubinon@helha.be)

2. Présentation

Introduction

Ce cours-atelier a pour objectif de développer la capacité des étudiants à la conception de campagnes de publicité et de communication.

Objectifs / Acquis d'apprentissage

Conception de campagnes de publicité et de communication répondant à des stratégies et briefings inspirés de la réalité professionnelle (campagnes d'image et d'activation)

Approche des techniques de conception.

Utilisation créative des médias en fonction de leurs caractéristiques de communication, médias classiques et non classiques et aussi le hors média (événements, ambient, etc.)

Mise en forme des concepts (layouts, scripts, storyboards, moodboards, copy, art direction etc.)

Développement d'un sens créatif pertinent et performant et des techniques de présentation.

3. Description

Contenu

- techniques créatives et analyse de campagnes réelles.
- réalisation de campagnes partant d'un insight fort

Démarches d'apprentissage

Atelier : briefings créatifs (individuels ou en team, délais variables) donnés en partie par des annonceurs

Recherche d'insight, de concepts et mise en forme

Présentation et argumentation des idées

Développement des projets pour la constitution d'un book

Dispositifs d'aide à la réussite

Evaluation et redirection à chaque étape du processus créatif => du briefing à la présentation finale.

Liens vers blogs, sites et forums pertinents.

Sources, références et supports en ligne

Les Confessions de David Ogilvy - Traduction de Jacques-Henri Bouet - Ed. Grafik Plus

La publicité selon Ogilvy - Traduction Elie Vanier - Ed. Bordas

How to advertise - Auteurs : Kenneth Roman and Jane Maas - Ed. Library of Congress Cataloging-in-Publication Data

How to write better - Auteurs : Ken Roman and Joël Raphaelson - Ed. Ogilvy and Mather USA

L'art de composer et de rédiger - Auteurs : J. Brun, A. Doppagne, J-M Chevalier - Editions Scientifiques et Littéraires, Amiens & Baude, Bruxelles

La rue et l'image - Auteur : François Boespflug - Editions du Cerf

Créatif de choc ! - Auteur : Roger Von Oech - Ed. originale américaine « A wack on the Side of the Head » -

Traduction française First – presses Pocket

Le saut créatif – Auteur : Jean-Marie Dru – Ed. JC Lattès

Maak van je merk een held – Auteur : Guillaume Dan der Stighelen – Ed. Roularta Books

Dessiner – Une méthode pas comme les autres – Auteurs : Quentin Blake et John Cassidy – Ed. Nathan

Les techniques narratives du cinéma (Les 100 plus grands procédés que tout réalisateur doit connaître) - Auteur: Jennifer Van Sijl - Ed. Eyrolles

Techniques de storyboard - Auteur: Wendy Tumminello - Ed. Eyrolles

Storyboard /Le cinéma animé - Auteurs: Benoît Peeters, Jacques Faton et Philippe de Pierpont - Ed. Yellow Now

L'art du Story-board : Cinéma, Publicité, Animation, Jeux Vidéo, Clips - Auteur: Giuseppe Critiano - Ed. Eyrolles

Ça c'est l'affiche – Auteur : Eudes Delafon – Ed. Les Presses du Temps Présent

Et si on augmentait le niveau sonore ? Auteur : Philippe Maes – Ed. Var

L'art radiophonique – Auteur : Roger Pradalié – Collection « Que sais-je ? » - Ed. Presses Universitaires de France

Digital Advertising : past, present, and future – Auteurs : Daniele Fiandaca & Patrick Burgoyne – Ed. Creative Social Show **Reel Cannes**

4. Modalités d'évaluation

Cours et briefings mis en ligne sur Connected

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 la partie Conception audio-visuelle 2

Volume horaire	24 h
Coordonnées du titulaire et des intervenants	Aurélié SABUREGEYA (aurelie.saburegeya@helha.be)

2. Présentation

Introduction

Approfondissement des processus de rédaction liés à la création audiovisuelle.

Le cours s'intéressera particulièrement à l'aspect rédactionnel du travail: comment présenter une idée, rédiger un synopsis, concevoir le texte d'un spot radio, accompagner efficacement l'image en mouvement par une écriture adaptée au concept créatif ainsi qu'au produit ou service proposé.

Selon la première définition du terme, l'audiovisuel en tant que moyen communication excluant le livre (print), le cours s'intéressera au support Web en comme véhicule d'image de marque et lien privilégié à une communauté.

Objectifs / Acquis d'apprentissage

- Construire un message audiovisuel structuré, compréhensible, percutant et pertinent.
- Rédiger correctement, défendre et argumenter une idée, un message, un concept.
- S'adapter à l'évolution des technologies et des exigences du secteur professionnel.
- Perfectionner les apprentissages par la mise en place de savoir-faire variés.

3. Description

Contenu

- Apprentissage des processus de scénarisation de spots TV, radio, banniers Internet, vidéos virales, etc.
- Travail du storytelling dans l'audiovisuel et sur le Web.
- Approche 360° sur des campagnes développées dans l'AA partenaire.

Démarches d'apprentissage

- Eléments de théorie.
- Ateliers.
- Travaux de groupe.
- Présentations orales.

Dispositifs d'aide à la réussite

- Exercices en classe avec le soutien de l'enseignant.
- Corrections collectives.

Sources, références et supports en ligne

Bourdeau J. (2012), Storytelling et contenu de marque: la puissance de l'écrit à l'ère numérique. France: Ellipses.

Kawazaki G. & Fitzpatrick P. (2015), L'art des médias sociaux. France: Diateno.

Kawazaki G. (2011), L'art de l'enchantement: comment influencer les coeurs, les esprits, et le actes. France: Diateno.

Van Sijl J. (2009), Les Techniques narratives du Cinéma. France: Eyrolles.
Truby J. (2016), Anatomie du Scénario. France: Michel Lafon.

4. Modalités d'évaluation

Notes de cours et briefings disponibles sur la plateforme Connected.