

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

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	Benoît DEVUYST (benoit.devuyt@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 UE a pour objectif de développer la capacité de l'étudiant(e) à produire des supports de communication (marchande ou non marchande) efficaces et pertinents.

Elle vise également à ce que le travail de l'étudiant(e) 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 UE, l'étudiant(e) 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 adéquate

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) :

ARPB2B02P202A Communication publicitaire 1

24 h / 2 C

Contenu

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

Démarches d'apprentissage

- Travaux individuels ou en team
- Deadlines variables : in/out (2h), 1 semaine, max. 3 semaines

Dispositifs d'aide à la réussite

- Debriefing individuel/collectif des travaux
- Suivi permanent de l'évolution des travaux

Sources et références

- Cours de MKT/COM/MEDIAS Bloc 1

Supports en ligne

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

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

- Lors du Q3, l'étudiant(e) ne remet en jeu que la cote de son évaluation finale. L'évaluation de sa production

journalière reste acquise.

- Le non respect des consignes ou des délais de remise du travail figurant dans chaque briefing entraîne une cote nulle, tout comme le non respect des règles en vigueur en cas d'absence.
- L'orthographe et la syntaxe des travaux finaux doivent être irréprochables. Tout travail peut donc être refusé et sanctionné par une cote nulle en cas d'excès de fautes d'orthographe et/ou de syntaxe.

L'utilisation de l'intelligence artificielle générative (IA) est autorisée dans le cadre du cours sous les conditions suivantes :

- L'IA générative ne peut pas être utilisée pour plagier ou copier du contenu existant.
- Dans un souci d'intégrité intellectuelle, tout contenu généré par l'IA doit être mentionné comme tel, l'outil utilisé doit être précisé.
- Si l'IA intervient dans un projet d'équipe, il convient de s'assurer que tous ses membres en sont informés.
- Dans le but d'une évaluation équitable et pour éviter les sanctions, l'enseignant concerné doit être informé du recours à l'IA.

En conclusion, nous considérons l'IA générative comme un atout pour l'efficacité créative, à la condition d'une utilisation responsable, dans le respect des règles d'éthique et de transparence. N'hésitez pas à en discuter avec l'enseignant.

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 66 du règlement général des études 2023-2024).