

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			
Ancien Code	ARPB2B04P204	Caractère	Obligatoire
Nouveau Code	XOPB2040		
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) Aurélien 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

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) :

ARPB2B04P204A Campagne publicitaire 2 24 h / 2 C

ARPB2B04P204B Conception audio-visuelle 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 40 points attribués dans cette UE sont répartis entre les différentes activités de la manière suivante :

ARPB2B04P204A Campagne publicitaire 2 20

ARPB2B04P204B Conception audio-visuelle 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'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.

5. Cohérence pédagogique

Néant

Référence au RGE

En cas de force majeure, une modification éventuelle en cours d'année peut être faite en accord avec le Directeur adjoint de département, et notifiée par écrit aux étudiants. (article 66 du règlement général des études 2024-2025).

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

Campagne publicitaire 2			
Ancien Code	2_ARPB2B04P204A	Caractère	Obligatoire
Nouveau Code	MOPB2041		
Bloc	2B	Quadrimestre(s)	Q2
Crédits ECTS	2 C	Volume horaire	24 h
Coordonnées du Titulaire de l'activité et des intervenants	Isabelle HUBINON (isabelle.hubinon@helha.be)		
Coefficient de pondération	20		
Langue d'enseignement et d'évaluation	Français		

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 des activités d'apprentissage

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.

Evaluation continue :

Les créations des étudiants sont évaluées tout au long des recherches et de l'exécution afin d'améliorer le niveau de chacune.

Les critères d'évaluation sont les suivants :

- originalité et pertinence des idées
- respect du brief
- soin, présentation et direction artistique
- aspect novateur dans le choix des médias

L'orthographe et la syntaxe sont primordiales pour cette activité d'apprentissage.
Tout travail peut donc être refusé et sanctionné par un zéro pour défaillance."

Sources et références

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**

Supports en ligne

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

Cours et briefings mis en ligne sur Connected

4. Modalités d'évaluation

Principe

Néant

Pondérations

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

Evc = Évaluation continue, Trv = Travaux

La pondération de cette activité d'apprentissage au sein de l'UE dont elle fait partie vaut 20

Dispositions complémentaires

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 66 du règlement général des études 2024-2025).

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

Conception audio-visuelle 2			
Ancien Code	2_ARPB2B04P204B	Caractère	Obligatoire
Nouveau Code	MOPB2042		
Bloc	2B	Quadrimestre(s)	Q2
Crédits ECTS	2 C	Volume horaire	24 h
Coordonnées du Titulaire de l'activité et des intervenants	Aurélié SABUREGEYA (aurelie.saburegeya@helha.be)		
Coefficient de pondération	20		
Langue d'enseignement et d'évaluation	Français		

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 de communication excluant le livre (print), le cours s'intéressera au support Web en tant que 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 des activités d'apprentissage

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

- Éléments 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.

Evaluation continue :

Les créations des étudiants sont évaluées tout au long des recherches et de l'exécution afin d'améliorer le niveau de chacune.

Les critères d'évaluation sont les suivants :

- originalité et pertinence des idées
- respect du brief
- soin, présentation et direction artistique
- aspect novateur dans le choix des médias

L'orthographe et la syntaxe sont primordiales pour cette activité d'apprentissage. Tout travail peut donc être refusé et sanctionné par un zéro pour défaillance."

Sources et références

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: Diateino.

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

Van Sijl J. (2009), Les Techniques narratives du Cinéma. France: Eyrolles.

Truby J. (2016), Anatomie du Scénario. France: Michel Lafon.

Supports en ligne

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

Notes de cours et briefings disponibles sur la plateforme Connected.

4. Modalités d'évaluation

Principe

Néant

Pondérations

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

Evc = Évaluation continue, Trv = Travaux

La pondération de cette activité d'apprentissage au sein de l'UE dont elle fait partie vaut 20

Dispositions complémentaires

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 66 du règlement général des études 2024-2025).