

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

PB115 Français 2			
Ancien Code	ARPB1B15P115	Caractère	Obligatoire
Nouveau Code	MOPB1150		
Bloc	1B	Quadrimestre(s)	Q2
Crédits ECTS	2 C	Volume horaire	24 h
Coordonnées des responsables et des intervenants dans l'UE	Aurélien SABUREGEYA (saburegeya@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

Le métier de concepteur-rédacteur fait partie des débouchés offerts par notre cursus, la capacité à rédiger des textes efficaces et accrocheurs est donc à développer dès la première année du bachelier.

La publicité pose une question intéressante, comment proposer une pensée unique tout en s'adressant au plus grand nombre? Comment s'approprier la langue à la fois comme outil de communication et d'expression créative?

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

- 2.1.4 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

Acquis d'apprentissage visés

A l'issue de la période, l'étudiant sera capable de:

- Comprendre les mécanismes de communication en jeu dans les prints.
- Comprendre la construction rédactionnelle des messages.
- Rédiger des textes efficaces à destination du tout public.

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) :

ARPB1B15P115A Français 2

24 h / 2 C

Contenu

- Introduction aux théories de la communication
- Analyses de publicités
- Théorie de la rédaction publicitaire
- Exercices de rédaction variés selon des contraintes précises

Démarches d'apprentissage

- Approche interactive
- Ateliers d'écriture
- Travaux de groupe

Dispositifs d'aide à la réussite

- Les notes de cours sont lacunaires de manière à soutenir l'attention des étudiants en classe et favoriser le questionnement et la discussion.
- La plupart des travaux se réalisant en classe, tous les étudiants présents ont la possibilité de soumettre leurs projets à l'enseignant au fil du travail, et bénéficient donc d'un avis préalable à la remise.
- De façon à améliorer le travail des étudiants, de nombreux exercices de rédaction sont corrigés collectivement : des travaux d'étudiants font l'objet d'une analyse et d'une correction complète par l'ensemble de la classe.

Sources et références

Bernheim F.(2004), Guide de la publicité et de la communication. France: Larousse.

Dru J.-M.(2007), La publicité autrement. Mayenne, France :Gallimard.

Gicquel Y. et Bariety A.-S.(2008), Analyse publicitaire. Chambéry, France : Le génie des Glaciers.

Michel P.(2005), C'est quoi l'idée. Paris, France : Michalon.

Moors B.(2004), Les clés de la publicité aujourd'hui. Paris, France : Maxima.

Séchaud Y. (2007), Le dico des mots de la pub. Paris, France: De Vecchi.

Lavanant D. (2011), Devenir un Concepteur-rédacteur efficace. Paris, France: Vuibert.

<https://lareclame.fr/>

Supports en ligne

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

Notes de cours et énoncés d'exercices disponibles sur la plateforme Connected

4. Modalités d'évaluation

Principe

La présence au cours est requise puisque la plupart des séances font l'objet d'un exercice noté. Il peut s'agir d'exercices de rédaction rapides, de tests théoriques ou d'analyses qui constituent la note du travail journalier. L'examen écrit prévu en juin est l'application des savoirs et savoir-faire acquis à l'occasion des activités quotidiennes.

Pondérations

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

Trv = Travaux, Exe = Examen écrit

Dispositions complémentaires

1. **Les certificats médicaux ne dispensent en aucun cas d'un travail, ils permettent juste un délai supplémentaire (le travail doit être remis au retour de l'étudiant).**
2. Les certificats médicaux ou justificatifs d'absence pour le cours doivent être remis directement à l'enseignant concerné.
3. Dans le cas de non-respect des dates de remise, les travaux ne sont pas évalués, à moins d'un justificatif d'absence remis directement à l'enseignant.
4. Le travail journalier n'est ni dispensatoire, ni récupérable, la fréquentation au cours est donc obligatoire à la réussite du TJ.
5. Tous les travaux doivent, selon le briefing, être rendus sur papier en mains propres ou déposés sur Connected. Sauf situation exceptionnelle et accord préalable, les envois par mail ne sont pas acceptés.
6. Les tests réalisés en classe ne sont pas récupérables, leur non-présentation entraîne la perte de la note, à moins d'un justificatif valable.
7. Les exercices réalisés pendant le quadrimestre préparent à l'épreuve qui clôture la période.
8. La section pratique l'arrondi mathématique pour l'évaluation des 2 périodes.
9. Pendant les sessions, tout étudiant(e) retardataire sera envoyé à la Direction.

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.

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.

En cas de changement de code lié à l'actualité COVID (scénario orange ou rouge), les cours pourraient se donner en distanciel (via la plateforme Connected et l'application Microsoft Teams).

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 67 du règlement général des études 2025-2026).