

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

PB201 Conception publicitaire 3			
Ancien Code	ARPB2B01P201	Caractère	Obligatoire
Nouveau Code	MOPB2010		
Bloc	2B	Quadrimestre(s)	Q1
Crédits ECTS	3 C	Volume horaire	48 h
Coordonnées des responsables et des intervenants dans l'UE	Isabelle HUBINON (hubinoni@helha.be) Vincent DE ROOSE (deroosev@helha.be)		
Coefficient de pondération	30		
Cycle et niveau du Cadre Francophone de Certification	bachelier / niveau 6 du CFC		
Langue d'enseignement et d'évaluation	Français		

2. Présentation

Introduction

Apprentissage et mise en pratique des processus de conception et de création publicitaire.

Conception de campagne

Objectif : définir l'idée centrale, le message, le ton et la stratégie de communication.

Travail du stratège en communication, du concepteur-rédacteur et du directeur artistique.

Choisir l'insight, formuler le slogan, décider des canaux (TV, affichage, digital), imaginer un concept créatif global.

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

1.1.6 Défendre son travail par une argumentation adéquate, pertinente

Sous Compétence 1.2 S'intégrer à l'environnement économique et technique de son futur métier

1.2.1 S'adapter au fonctionnement de l'entreprise et en particulier travailler en équipe et s'intégrer à la chaîne de production

1.2.3 Répondre aux exigences du monde du travail et se conformer aux contraintes imposées au travailleur

1.2.4 Développer et actualiser des savoirs, savoir-faire, savoir-être par la participation aux concours, expositions, formation continue

1.2.5 S'adapter à l'évolution des technologies et des exigences du secteur professionnel

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

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 3.1 Maîtriser le graphisme dans ses technique imposées par la profession

- 3.1.1 Gérer en tant que concepteur l'image sous toutes ses formes
3.1.2 Concevoir une composition graphique lisible et équilibrée
3.1.3 Utiliser la technique graphique la mieux appropriée au projet à réaliser en fonction des ressources, du temps imparti et du budget
3.1.4 Utiliser de manière performante les techniques informatiques les plus adéquates, notamment en photographie, en typographie...
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
3.2.5 Évaluer le temps nécessaire à la réalisation d'un projet et le coût du travail à réaliser

Acquis d'apprentissage visés

- Apprendre à construire un message publicitaire structuré, compréhensible, percutant et pertinent.
- Apprendre à rédiger correctement, défendre et argumenter une idée, un message, un concept.
- Apprendre à développer un insight et un concept pour une marque et savoir la positionner sur le marché.
- S'adapter à l'évolution des technologies et des exigences du secteur professionnel
- Rédiger un synopsis et réaliser des boards, de story-boards,...
- Travaux pratiques permettant une collaboration avec différentes unités d'apprentissage.

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) :

ARPB2B01P201A	Campagne publicitaire 1	24 h / 1 C
ARPB2B01P201B	Conception audio-visuelle 1	24 h / 1 C

Les descriptions détaillées des différentes activités d'apprentissage sont reprises dans les fiches descriptives jointes.

4. Modalités d'évaluation

Les 30 points attribués dans cette UE sont répartis entre les différentes activités de la manière suivante :

ARPB2B01P201A	Campagne publicitaire 1	10
ARPB2B01P201B	Conception audio-visuelle 1	10

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

La pondération est :

- 60% travail journalier,
- 40% examen.

La note obtenue pour le travail journalier en Q1 reste valable pour le calcul final en Q3.

Tout plagiat sera sanctionné: 0/20

Tout travail remis en retard et/ou remis sur un autre support que celui demandé = 0/20.

Si l'étudiant est couvert par un certificat médical, le travail devra être remis au premier cours après la reprise.

La présence à l'AA est obligatoire.

Évaluation du TJ :

Chaque travail sera évalué sur 20 points.

Pendant le quadrimestre, le non respect des dates de remise entraînera des sanctions :

Non remise du travail en temps en heure et sur le bon support = 0.

Absence sans CM le jour d'une présentation orale = 0.

Tout plagiat se verra sanctionné d'un zéro.

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.

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 67 du règlement général des études 2025-2026).

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 1			
Ancien Code	2_ARPB2B01P201A	Caractère	Obligatoire
Nouveau Code	MOPB2011		
Bloc	2B	Quadrimestre(s)	Q1
Crédits ECTS	1 C	Volume horaire	24 h
Coordonnées du Titulaire de l'activité et des intervenants	Vincent DE ROOSE (deroosev@helha.be)		
Coefficient de pondération	10		
Langue d'enseignement et d'évaluation	Français		

2. Présentation

Introduction

Développer la capacité à produire de la conception publicitaire et de la communication de manière créative et pertinente.

Apprendre à être en adéquation avec les réalités actuelles du métier (crossmédias, digital, événements)

Objectifs / Acquis d'apprentissage

Au terme de cette AA, l'étudiant doit être capable de :

- concevoir des approches de communication multimédias originales répondant à des briefings spécifiques, en intégrant parfois l'utilisation d'outils d'intelligence artificielle pour générer des prompts pertinents dans le cadre de la création de contenus,
- développer un esprit critique, aussi face aux résultats générés par l'IA et affiner les prompts pour optimiser la qualité des propositions,
- présenter et argumenter de manière pertinente ses idées et concepts.

Dans le cadre du processus de création publicitaire, il est important pour les créatifs de connaître et de comprendre les méthodes stratégiques en amont de la conception pour des concepts justes, pour aussi formuler des prompts qui génèrent des concepts justes et adaptés.

Développement d'un sens créatif pertinent et performant pour un client donné.

Le développement d'un sens créatif pertinent et performant pour un client donné nécessite également une maîtrise du prompt engineering, permettant d'exploiter au mieux les outils d'IA pour obtenir des résultats en accord avec les attentes spécifiques des briefs.

3. Description des activités d'apprentissage

Contenu

Schémas et méthodologies sur 4 éléments :

- aspects symboliques de la marque
- réputation de la marque
- segmentation des cibles de différentes manières
- identité et positionnement de la marque
- Prompt Engineering

Démarches d'apprentissage

En partie, cours magistral

Dispositifs d'aide à la réussite

Livres, présentations powerpoint...

Sources et références

Briefs d'agences

Toutes sources online en adéquation avec le briefing.

Supports en ligne

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

Cours mis en ligne sur Connected

4. Modalités d'évaluation

Principe

Évaluation continue des travaux journaliers

Évaluation en fin d'UE par un brief

L'orthographe et la présentation orale et écrite interviennent dans la cotation

Pondérations

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

Evc = Évaluation continue, Exo = Examen oral

La pondération de cette activité d'apprentissage au sein de l'UE dont elle fait partie vaut 10

Dispositions complémentaires

Pour le Q3, la note du travail journalier est acquise et ne bouge pas, l'étudiant représente uniquement l'examen =>40%.

- La présence au cours est obligatoire.

- Les présentations sont obligatoires - pas de présentation devant la classe = 0

La section pratique l'arrondi mathématique pour l'évaluation des 2 périodes.

Pendant les sessions, tout étudiant(e) retardataire sera envoyé à la Direction.

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 2025-2026).

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 1			
Ancien Code	2_ARPB2B01P201B	Caractère	Obligatoire
Nouveau Code	MOPB2012		
Bloc	2B	Quadrimestre(s)	Q1
Crédits ECTS	1 C	Volume horaire	24 h
Coordonnées du Titulaire de l'activité et des intervenants	Isabelle HUBINON (hubinoni@helha.be)		
Coefficient de pondération	10		
Langue d'enseignement et d'évaluation	Français		

2. Présentation

Introduction

Apprentissage et mise en pratique des processus de création audiovisuelle et digitale

Conception de campagne

Objectif : définir l'idée centrale, le message, le ton et la stratégie de communication.

Travail du stratège en communication, du concepteur-rédacteur et du directeur artistique.

Choisir l'insight, formuler le slogan, décider des canaux (TV, affichage, digital), imaginer un concept créatif global.

Objectifs / Acquis d'apprentissage

Apprendre à construire un message audiovisuel et digital structuré, compréhensible, percutant et pertinent.

Apprendre à rédiger correctement, défendre et argumenter une idée, un message, un concept.

S'adapter à l'évolution des technologies et des exigences du secteur professionnel

Rédiger un synopsis et réaliser des boards, de story-boards,...

Savoir intégrer tout support audiovisuel dans une campagne créative sous un même concept.

3. Description des activités d'apprentissage

Contenu

Découverte et apprentissage des processus de création de spots TV, radio, banniers Internet, vidéos virales, etc.

Initiation aux bases techniques et contraintes de la réalisation (vocabulaire, techniques cinéma & vidéo, techniques radio, respect des timings ...)

Rôle des différents intervenants avec focus sur celui des créatifs dans le processus de production.

Démarches d'apprentissage

Cours théoriques : insights publicitaires, langage TV, cinéma, radio, internet, complémentarité son/musique/paroles & images, processus créatifs, etc.

Ateliers/exercices pratiques (sur base de briefings réels) seul : scripts radio & TV, storyboards TV, vidéos virales, projets de banniers, campagne audio-visuelle en synergie avec print.

Dispositifs d'aide à la réussite

Liens vers des sites de ressources pertinentes.

Sources et références

Toutes sources online

Supports en ligne

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

Les cours et briefings sont disponibles sur la plateforme Connected

Show Reel concours internationaux (Cannes, CCB, Epica, New-york festival...)

4. Modalités d'évaluation

Principe

Evaluation continue des travaux journaliers.

L'orthographe et la présentation des travaux interviennent dans la cotation.

Pondérations

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

Evc = Évaluation continue, Exp = Examen pratique

La pondération de cette activité d'apprentissage au sein de l'UE dont elle fait partie vaut 10

Dispositions complémentaires

La note obtenue pour le travail journalier en Q1 reste valable pour le calcul final en Q3.

Tout travail remis en retard et/ou sur déposé sur le mauvais support se verra attribué un 0/20. Présentation obligatoire en classe. Pas de présentation = 0.

L'étudiant qui présente un certificat médical devra représenter les travaux à une date ultérieure en accord avec l'enseignant et la direction.

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 2025-2026).