

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			
Ancien Code	ARPB2B02P202	Caractère	Obligatoire
Nouveau Code	MOPB2020		
Bloc	2B	Quadrimestre(s)	Q1
Crédits ECTS	2 C	Volume horaire	24 h
Coordonnées des responsables et des intervenants dans l'UE	Benoît DEVUYST (devuystb@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 messages (marchande ou pas) efficaces et pertinents via des supports de communication offline/online
- Elle vise également à faire prendre conscience à l'étudiant·e qu'il ne s'agit ni d'un cours de création, ni d'un cours de graphisme. La créa et le graphisme sont des outils qui aident à mieux communiquer ; ce n'est jamais un fin en soi

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

Acquis d'apprentissage visés

Au terme de cette UE, l'étudiant·e doit être capable de :

- concevoir des opérations de communication multimédia 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 (principes de direction artistique)
- Signature & positionnement
- Rythme (fréquence/répétition)
- Modèles créatifs (insight, USP, disruption,...)
- Briefings

Démarches d'apprentissage

- Travaux individuels ou en team
- Travaux de durée variable (in/out, 1 semaine, max. 3 semaines)

Dispositifs d'aide à la réussite

- Debriefing individuel/collectif des travaux
- Possibilité de défense orale d'un travail devant la classe
- Suivi permanent de l'évolution des travaux
- Implication encouragée par l'octroi en fin de période d'une cote spécifique (/10)

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

EC + 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

- Le non respect des consignes ou des délais de remise d'un travail figurant dans chaque briefing entraîne une cote nulle, tout comme le non respect des règles en vigueur en cas d'absence
- En cas d'absence au cours, une copie du CM doit être remise à l'enseignant selon les modalités prévues dans le Règlement spécifique du département Arts, Business et Communication
- Les modalités du Q2 sont identiques à celles du Q3. Lors du Q3, l'étudiant·e ne remet en jeu que la cote de son évaluation finale (40%). L'évaluation de sa production journalière (60%) reste définitivement acquise
- 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.
- IA : l'utilisation de l'intelligence artificielle générative 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, pour autant qu'elle soit utilisée de façon 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 adjoint de département, et notifiée par écrit aux étudiants. (article 67 du règlement général des études 2025-2026).