

Bachelier en Publicité Option Médias contemporains

HELHa Mons - Campus 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

UE 01 Conception publicitaire 1			
Code	ARPB1B01CONP	Caractère	Obligatoire
Bloc	1B	Quadrimestre(s)	Q1
Crédits ECTS	6 C	Volume horaire	72 h
Coordonnées des responsables et des intervenants dans l'UE	Benoît DEVUYST (benoit.devuyst@helha.be)		
Coefficient de pondération	60		
Cycle et niveau du Cadre Francophone de Certification	bachelier / niveau 6 du CFC		
Langue d'enseignement et d'évaluation	Français		

2. Présentation

Introduction

Cette unité d'enseignement initie et forme les étudiants aux principes du marketing, de la communication et des médias, notamment publicitaires.

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

1.1.5 Acquérir et développer son esprit critique

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

1.2.2 Appliquer les règles déontologiques et juridiques propres au métier

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

2.1.2 Avoir un regard critique sur les rapports entre l'art et la société dans leur contexte historique, social, culturel et intellectuel

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

2.2.2 Analyser et défendre un projet notamment sous ses aspects techniques, économiques, juridiques et déontologiques

Compétence 3 **Compétences spécifiques**

Sous Compétence 3.2 Analyser et résoudre des situations professionnelles dans le domaine de la publicité

3.2.3 S'adapter aux nouveaux médias et aux nouvelles formes de marketing

Acquis d'apprentissage visés

Au terme de l'UE, l'étudiant(e) sera capable :

- de comprendre les stratégies commerciales des marques commerciales/non commerciales

- d'identifier les avantages & inconvénients de différents supports de communication publicitaire
- de choisir les supports de communication les mieux adaptés à la demande
- de démontrer ce qui différencie un bon communicant d'un mauvais communicant
- d'appliquer les techniques commerciales adaptées au produit pour lequel il/elle travaille
- d'analyser avec pertinence la demande formulée par un client
- d'identifier les rapports entre une marque et ses clients/prospects

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 les activités d'apprentissage suivantes :

ARPB1B01CONPA Marketing 1	24 h / 2 C
ARPB1B01CONPB Communication publicitaire 1	24 h / 2 C
ARPB1B01CONPC Médias 1	24 h / 2 C

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

4. Modalités d'évaluation

Les 60 points attribués dans cette UE sont répartis entre les différentes activités de la manière suivante :

ARPB1B01CONPA Marketing 1	20
ARPB1B01CONPB Communication publicitaire 1	20
ARPB1B01CONPC Médias 1	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'évaluation additionne les notations des interrogations au cours du quadrimestre et la note obtenue lors de l'épreuve de fin de période.

En cas de note inférieure à 8/20 dans une activité d'apprentissage, cette note devient la note de l'UE.

Référence au REE

Toute modification éventuelle en cours d'année ne peut se faire qu'exceptionnellement et en accord avec le Directeur de Catégorie ou son délégué et notifiée par écrit aux étudiants (article 10 du Règlement des études).

Bachelier en Publicité Option Médias contemporains

HELHa Mons - Campus 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

Marketing 1			
Code	2_ARPB1B01CONPA	Caractère	Obligatoire
Bloc	1B	Quadrimestre(s)	Q1
Crédits ECTS	2 C	Volume horaire	24 h
Coordonnées du Titulaire de l'activité et des intervenants	Benoît DEVUYST (benoit.devuyst@helha.be)		
Coefficient de pondération	20		
Langue d'enseignement et d'évaluation	Français		

2. Présentation

Introduction

Cette activité d'apprentissage vise à sensibiliser l'étudiant(e) aux principes fondamentaux du marketing et de ses nouvelles formes d'expression. Elle vise également à leur permettre de distinguer le rôle respectif de la publicité, de la communication et du marketing.

Objectifs / Acquis d'apprentissage

Au terme de cette activité d'apprentissage, l'étudiant(e) sera capable :

- de comprendre les différentes stratégies développées par les marques commerciales/non commerciales
- d'évaluer la nature des relations entre marques et clients/prospects
- d'évaluer l'impact des marques sur leur(s) cible(s)
- d'intégrer son travail créatif/graphique dans une réflexion stratégique globale

3. Description des activités d'apprentissage

Contenu

- Le marketing c'est quoi ?
- P comme Produit
- P comme Prix

Démarches d'apprentissage

Cours magistral qui s'appuie sur de nombreux exemples (fixes/animés) et prévoit une participation des étudiant(e)s.

Dispositifs d'aide à la réussite

- Référence régulière à des cas concrets qui font l'actualité
- Info marketing hebdomadaire
- Feed-back post-interros

Ouvrages de référence

- JOANNIS H., de BARNIER V., De la Stratégie Marketing à la Création Publicitaire, Dunod

- LANDREVIE J., DE BAYNAST A., Publicitor, Dunod, 7ème édition
- LINDON D., JALLAT F., Le Marketing, Dunod
- HIAM A., Le Marketing pour les Nuls, First
- KLEIN N., No Logo, Actes Sud

Supports

- Syllabus
- Chaîne Vimeo
- Plateforme ConnectED

4. Modalités d'évaluation

Principe

Evaluation au terme du bloc.

Pondérations

	Q1		Q2		Q3	
	Modalités	%	Modalités	%	Modalités	%
production journalière	Int	20				
Période d'évaluation	Exe	80			Exe	100

Int = Interrogation(s), Exe = Examen écrit

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

Dispositions complémentaires

Pendant le quadrimestre, le non respect des dates de remise entraînera un retrait de 3 points sur 20 par jour de retard.

La section pratique l'arrondi mathématique pour l'évaluation des 3 périodes.

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

Référence au REE

Toute modification éventuelle en cours d'année ne peut se faire qu'exceptionnellement et en accord avec le Directeur de Catégorie ou son délégué et notifiée par écrit aux étudiants (article 10 du Règlement des études).

Bachelier en Publicité Option Médias contemporains

HELHa Mons - Campus 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

Communication publicitaire 1			
Code	2_ARPB1B01CONPB	Caractère	Obligatoire
Bloc	1B	Quadrimestre(s)	Q1
Crédits ECTS	2 C	Volume horaire	24 h
Coordonnées du Titulaire de l'activité et des intervenants	Benoît DEVUYST (benoit.devuyst@helha.be)		
Coefficient de pondération		20	
Langue d'enseignement et d'évaluation		Français	

2. Présentation

Introduction

Cette activité d'apprentissage a pour objectif de faire découvrir et d'apprendre aux étudiant(e)s les enjeux de la communication au sens large, et de la communication publicitaire en particulier. Elle vise également à développer leur sens critique et à aiguïser leur curiosité.

Objectifs / Acquis d'apprentissage

Au terme de cette activité d'apprentissage, l'étudiant(e) sera capable :

- de distinguer les différentes modalités de langage et types de communication
- d'inscrire son travail graphique et conceptuel dans une réflexion sociologique plus large
- de s'adapter aux nouvelles formes de communication
- de prendre en considération les objectifs des annonceurs et les besoins des consommateurs

3. Description des activités d'apprentissage

Contenu

- Envoyer un message
 - Crédibilité & savoir
 - Charisme & assertivité
 - Moyens de communication
- Recevoir un message
 - Le cerveau
 - Désirs & besoins
 - Motivation & implication
 - Dissonance cognitive

Démarches d'apprentissage

Cours magistral qui s'appuie sur de nombreux exemples (fixes/animés) et prévoit une participation des étudiant(e)s

Dispositifs d'aide à la réussite

- Evaluation après 6 séances de cours + débriefing
- Utilisation de nombreux exemples qui font l'actualité

Ouvrages de référence

BRETON P., PROULX S., L'explosion de la communication, La Découverte
JOANNIS H., DE BARNIER V., De la Stratégie Marketing à la Création Publicitaire, Dunod
LANDREVIE J., DE BAYNAST A., Publicitor, Dunod, 7ème édition
LINDON D., JALLAT F., Le Marketing, Dunod

Supports

Syllabus
Chaîne Vimeo
Plateforme ConnectED

4. Modalités d'évaluation

Principe

Evaluation au terme du bloc

Pondérations

	Q1		Q2		Q3	
	Modalités	%	Modalités	%	Modalités	%
production journalière	Int	20				
Période d'évaluation	Exe	80			Exe	100

Int = Interrogation(s), Exe = Examen écrit

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

Dispositions complémentaires

Pendant le quadrimestre, le non respect des dates de remise entraînera un retrait de 3 points sur 20 par jour de retard.
La section pratique l'arrondi mathématique pour l'évaluation des 3 périodes.
Pendant les sessions, tout étudiant retardataire sera envoyé à la Direction.

Référence au REE

Toute modification éventuelle en cours d'année ne peut se faire qu'exceptionnellement et en accord avec le Directeur de Catégorie ou son délégué et notifiée par écrit aux étudiants (article 10 du Règlement des études).

Bachelier en Publicité Option Médias contemporains

HELHa Mons - Campus 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

Médias 1			
Code	2_ARPB1B01CONPC	Caractère	Obligatoire
Bloc	1B	Quadrimestre(s)	Q1
Crédits ECTS	2 C	Volume horaire	24 h
Coordonnées du Titulaire de l'activité et des intervenants	Benoît DEVUYST (benoit.devuyst@helha.be)		
Coefficient de pondération	20		
Langue d'enseignement et d'évaluation	Français		

2. Présentation

Introduction

Cette activité d'apprentissage vise à sensibiliser l'étudiant(e) à l'importance et au rôle des médias, notamment publicitaires.

Objectifs / Acquis d'apprentissage

Au terme de l'AA, l'étudiant(e) sera capable :

- De comprendre comment fonctionnent les différents médias
- D'estimer quel(s) média(s) correspond(ent) le mieux au message qu'une marque (marchande ou non) veut communiquer
- D'évaluer la pertinence du choix média opéré par une marque (marchande ou non)
- D'apporter un oeil critique sur l'évolution des médias contemporains

3. Description des activités d'apprentissage

Contenu

- Histoire des médias de masse et des médias publicitaires
- Spécificités et objectifs des médias de masse et des médias publicitaires
- Notre rapport aux médias

Démarches d'apprentissage

Cours magistral qui s'appuie sur de nombreux exemples (fixes/animés) et prévoit une participation des étudiant(e)s.

Dispositifs d'aide à la réussite

- Evaluation après 6 semaines de cours + débriefing
- Utilisation de cas concrets qui font l'actualité

Ouvrages de référence

- F.BALLE, Médias & Sociétés, 16ème éd., LGDJ Lextenso éditions

- J-N.JEANNENEY, Une histoire des médias des origines à nos jours, 5ème éd., Editions du Seuil
- E.Maigret, Sociologie de la communication et des médias, 3ème éd., Armand Colin éditions
- N.PELISSIER et E.MAAS, Vers une culture medi@tic ?, édition L'Harmattan

Supports

- Syllabus
- Chaîne Vimeo
- Plateforme ConnectED

4. Modalités d'évaluation

Principe

Evaluation au terme du bloc.

Pondérations

	Q1		Q2		Q3	
	Modalités	%	Modalités	%	Modalités	%
production journalière	Int	20				
Période d'évaluation	Exe	80			Exe	100

Int = Interrogation(s), Exe = Examen écrit

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

Dispositions complémentaires

Pendant le quadrimestre, le non respect des dates de remise entraînera un retrait de 3 points sur 20 par jour de retard.

La section pratique l'arrondi mathématique pour l'évaluation des 3 périodes.

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

Référence au REE

Toute modification éventuelle en cours d'année ne peut se faire qu'exceptionnellement et en accord avec le Directeur de Catégorie ou son délégué et notifiée par écrit aux étudiants (article 10 du Règlement des études).

Bachelier en Publicité Option Médias contemporains

HELHa Mons - Campus 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

UE 02 Conception publicitaire 2			
Code	ARPB1B02CONP	Caractère	Obligatoire
Bloc	1B	Quadrimestre(s)	Q2
Crédits ECTS	6 C	Volume horaire	72 h
Coordonnées des responsables et des intervenants dans l'UE	Benoît DEVUYST (benoit.devuyst@helha.be)		
Coefficient de pondération	60		
Cycle et niveau du Cadre Francophone de Certification	bachelier / niveau 6 du CFC		
Langue d'enseignement et d'évaluation	Français		

2. Présentation

Introduction

Cette unité d'enseignement initie et forme les étudiants aux principes du marketing, des médias et de la communication, notamment publicitaires.

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

1.1.5 Acquérir et développer son esprit critique

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

1.2.2 Appliquer les règles déontologiques et juridiques propres au métier

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

2.1.2 Avoir un regard critique sur les rapports entre l'art et la société dans leur contexte historique, social, culturel et intellectuel

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

2.2.2 Analyser et défendre un projet notamment sous ses aspects techniques, économiques, juridiques et déontologiques

Compétence 3 **Compétences spécifiques**

Sous Compétence 3.2 Analyser et résoudre des situations professionnelles dans le domaine de la publicité

3.2.3 S'adapter aux nouveaux médias et aux nouvelles formes de marketing

Acquis d'apprentissage visés

Au terme de l'UE, l'étudiant(e) sera capable :

- de comprendre les stratégies commerciales des marques commerciales/non commerciales

- d'identifier les avantages & inconvénients de différents supports de communication publicitaire
- de démontrer ce qui différencie un bon communicant d'un mauvais communicant
- d'appliquer les techniques commerciales adaptées au produit pour lequel il/elle travaille
- d'analyser avec pertinence la demande formulée par un client
- d'identifier les rapports entre une marque et ses clients/prospects

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 les activités d'apprentissage suivantes :

ARPB1B02CONPA Marketing 2	24 h / 2 C
ARPB1B02CONPB Communication publicitaire 2	24 h / 2 C
ARPB1B02CONPC Médias 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 60 points attribués dans cette UE sont répartis entre les différentes activités de la manière suivante :

ARPB1B02CONPA Marketing 2	20
ARPB1B02CONPB Communication publicitaire 2	20
ARPB1B02CONPC Médias 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'évaluation additionne les éventuelles notations des interrogations au cours du quadrimestre et la note obtenue lors de l'épreuve de fin de période.

En cas de note inférieure à 8/20 dans une activité d'apprentissage, cette note devient la note de l'UE.

Référence au REE

Toute modification éventuelle en cours d'année ne peut se faire qu'exceptionnellement et en accord avec le Directeur de Catégorie ou son délégué et notifiée par écrit aux étudiants (article 10 du Règlement des études).

Bachelier en Publicité Option Médias contemporains

HELHa Mons - Campus 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

Marketing 2			
Code	2_ARPB1B02CONPA	Caractère	Obligatoire
Bloc	1B	Quadrimestre(s)	Q2
Crédits ECTS	2 C	Volume horaire	24 h
Coordonnées du Titulaire de l'activité et des intervenants	Benoît DEVUYST (benoit.devuyst@helha.be)		
Coefficient de pondération	20		
Langue d'enseignement et d'évaluation	Français		

2. Présentation

Introduction

Cette activité d'apprentissage vise à sensibiliser l'étudiant(e) aux principes fondamentaux du marketing et de ses nouvelles formes d'expression. Elle vise également à leur permettre de distinguer le rôle respectif de la publicité, de la communication et du marketing.

Objectifs / Acquis d'apprentissage

Au terme de cette activité d'apprentissage, l'étudiant(e) sera capable :

- de comprendre les différentes stratégies développées par les marques commerciales/non commerciales
- d'évaluer la nature des relations entre marques et clients/prospects
- d'évaluer l'impact des marques sur leur(s) cible(s)
- d'intégrer son travail créatif/graphique dans une réflexion stratégique globale

3. Description des activités d'apprentissage

Contenu

- P comme Place
- P comme Promotion
- Marketing émotionnel
- Neuromarketing
- Storytelling
- Marketing viral, buzz marketing, bad buzz, guerilla marketing

Démarches d'apprentissage

Cours magistral qui s'appuie sur de nombreux exemples (fixes/animés) et prévoit une participation des étudiant(e)s.

Dispositifs d'aide à la réussite

- Référence régulière à des cas concrets qui font l'actualité
- Feed-back après interrogation
- Info marketing hebdomadaire

Ouvrages de référence

- JOANNIS H., de BARNIER V., De la Stratégie Marketing à la Création Publicitaire, Dunod
- LANDREVIE J., DE BAYNAST A., Publicitor, Dunod, 7ème édition
- LINDON D., JALLAT F., Le Marketing, Dunod
- HIAM A., Le Marketing pour les Nuls, First
- KLEIN N., No Logo, Actes Sud

Supports

- Syllabus
- Chaîne Vimeo
- Plateforme ConnectED

4. Modalités d'évaluation

Principe

Evaluation au terme du bloc.

Pondérations

	Q1		Q2		Q3	
	Modalités	%	Modalités	%	Modalités	%
production journalière			Int	20		
Période d'évaluation			Exe	80	Exe	100

Int = Interrogation(s), Exe = Examen écrit

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

Dispositions complémentaires

Pendant le quadrimestre, le non respect des dates de remise entraînera un retrait de 3 points sur 20 par jour de retard.

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

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

Référence au REE

Toute modification éventuelle en cours d'année ne peut se faire qu'exceptionnellement et en accord avec le Directeur de Catégorie ou son délégué et notifiée par écrit aux étudiants (article 10 du Règlement des études).

Bachelier en Publicité Option Médias contemporains

HELHa Mons - Campus 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

Communication publicitaire 2			
Code	2_ARPB1B02CONPB	Caractère	Obligatoire
Bloc	1B	Quadrimestre(s)	Q2
Crédits ECTS	2 C	Volume horaire	24 h
Coordonnées du Titulaire de l'activité et des intervenants	Benoît DEVUYST (benoit.devuyst@helha.be)		
Coefficient de pondération		20	
Langue d'enseignement et d'évaluation		Français	

2. Présentation

Introduction

Cette activité d'apprentissage a pour objectif de faire découvrir et d'apprendre aux étudiant(e)s les enjeux de la communication au sens large, et de la communication publicitaire en particulier. Elle vise également à développer leur sens critique et à aiguïser leur curiosité.

Objectifs / Acquis d'apprentissage

Au terme de cette activité d'apprentissage, l'étudiant(e) sera capable :

- de distinguer les différentes modalités de langage et types de communication
- d'inscrire son travail graphique et conceptuel dans une réflexion stratégique
- de prendre en considération les objectifs des annonceurs et les besoins des consommateurs
- de s'adapter aux nouvelles formes de communication

3. Description des activités d'apprentissage

Contenu

- Mettre en forme un message
 - Communication informative
 - Communication argumentative
 - Communication expressive
- Quand les marques communiquent
 - Valeur & positionnement de marque
 - Stratégies publicitaires
 - Communication online
 - Communication de crise

Démarches d'apprentissage

Cours magistral qui s'appuie sur de nombreux exemples (fixes/animés) et prévoit une participation des étudiant(e)s.

Dispositifs d'aide à la réussite

- Référence régulière à des cas concrets qui font l'actualité

- Feed-back après interrogation

Ouvrages de référence

BRETON P., PROULX S., L'explosion de la communication, La Découverte
JOANNIS H., DE BARNIER V., De la Stratégie Marketing à la Création Publicitaire, Dunod
LANDREVIE J., DE BAYNAST A., Publicitor, Dunod, 7ème édition
LINDON D., JALLAT F., Le Marketing, Dunod

Supports

Syllabus
Chaîne Vimeo
Plateforme ConnectED

4. Modalités d'évaluation

Principe

Evaluation au terme du bloc.

Pondérations

	Q1		Q2		Q3	
	Modalités	%	Modalités	%	Modalités	%
production journalière			Int	20		
Période d'évaluation			Exe	80	Exe	100

Int = Interrogation(s), Exe = Examen écrit

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

Dispositions complémentaires

Pendant le quadrimestre, le non respect des dates de remise entraînera un retrait de 3 points sur 20 par jour de retard.
La section pratique l'arrondi mathématique pour l'évaluation des 2 périodes.
Pendant les sessions, tout étudiant retardataire sera envoyé à la Direction.

Référence au REE

Toute modification éventuelle en cours d'année ne peut se faire qu'exceptionnellement et en accord avec le Directeur de Catégorie ou son délégué et notifiée par écrit aux étudiants (article 10 du Règlement des études).

Bachelier en Publicité Option Médias contemporains

HELHa Mons - Campus 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

Médias 2			
Code	2_ARPB1B02CONPC	Caractère	Obligatoire
Bloc	1B	Quadrimestre(s)	Q2
Crédits ECTS	2 C	Volume horaire	24 h
Coordonnées du Titulaire de l'activité et des intervenants	Benoît DEVUYST (benoit.devuyst@helha.be)		
Coefficient de pondération	20		
Langue d'enseignement et d'évaluation	Français		

2. Présentation

Introduction

Cette activité d'apprentissage a pour but d'initier l'étudiant(e) aux différents médias publicitaires, à leurs usages, leurs spécificités leurs utilisations créatives, ainsi qu'à leur évolution.

Objectifs / Acquis d'apprentissage

Au terme de cette activité d'apprentissage, l'étudiant(e) sera capable :

- de comprendre la terminologie professionnelle
- de distinguer les différents types de médias
- de déterminer quel(s) média(s) correspondent le mieux aux objectifs de la demande d'un client
- d'établir les liens qui s'imposent entre médias, publicité, marketing et communication

3. Description des activités d'apprentissage

Contenu

- Médias publicitaires
- Hors-médias (publicitaires)

Démarches d'apprentissage

Cours magistral illustré de nombreux exemples concrets et impliquant une participation active des étudiant(e)s.

Dispositifs d'aide à la réussite

- Référence régulière à des cas concrets qui font l'actualité
- Feed-back après interro

Ouvrages de référence

Blogs et sites spécialisés.

Supports

Syllabus, vidéos.

4. Modalités d'évaluation

Principe

Évaluation au terme du bloc.

Pondérations

	Q1		Q2		Q3	
	Modalités	%	Modalités	%	Modalités	%
production journalière			Int	20		
Période d'évaluation			Exe	80	Exe	100

Int = Interrogation(s), Exe = Examen écrit

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

Dispositions complémentaires

Pendant le quadrimestre, le non respect des dates de remise entraînera un retrait de 3 points sur 20 par jour de retard.

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

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

Référence au REE

Toute modification éventuelle en cours d'année ne peut se faire qu'exceptionnellement et en accord avec le Directeur de Catégorie ou son délégué et notifiée par écrit aux étudiants (article 10 du Règlement des études).

Bachelier en Publicité Option Médias contemporains

HELHa Mons - Campus 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

UE 03 Infographie 1			
Code	ARPB1B03INFO	Caractère	Obligatoire
Bloc	1B	Quadrimestre(s)	Q1
Crédits ECTS	2 C	Volume horaire	24 h
Coordonnées des responsables et des intervenants dans l'UE	Samuel BUXIN (samuel.buxin@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 cours de production a pour but de préparer l'étudiant.e aux cours pratiques d'infographie (WEB + PAO) en démystifiant les différents processus de mise en production, tant pour la chaîne graphique que pour la communication digitale.

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

1.1.3 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

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

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

2.1.2 Avoir un regard critique sur les rapports entre l'art et la société dans leur contexte historique, social, culturel et intellectuel

Compétence 3 Compétences spécifiques

Sous Compétence 3.2 Analyser et résoudre des situations professionnelles dans le domaine de la publicité

3.2.3 S'adapter aux nouveaux médias et aux nouvelles formes de marketing

Acquis d'apprentissage visés

A l'issue de l'UE, l'étudiant sera capable, dans le cadre d'un examen écrit ou d'un travail pratique :

- de formuler correctement et d'expliquer les termes techniques utilisés dans les différentes disciplines de l'imprimerie et du web.
- de sélectionner les outils les plus adéquats à chaque étape de la chaîne graphique ou du flux de travail

numérique.

- d'identifier les techniques et les services de production adaptés à des projets d'impression ou de déploiement internet.
- d'évaluer et d'optimiser, à l'aide de ses notes de cours et/ou d'une connexion internet, un site internet et son environnement numérique afin d'améliorer son référencement.
- évaluer une communication sur les réseaux sociaux.
- aborder les futurs cours techniques avec une connaissance de base permettant de donner plus de sens à toute une série de notions.

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 les activités d'apprentissage suivantes :

ARPB1B03PRODA Production

24 h / 2 C

Contenu

- La chaîne graphique et le processus de conception d'un site web
- L'histoire de l'imprimerie
- Les différentes techniques d'impression
- Internet et le web
- Les langages du web et leurs possibilités
- Sites dynamiques et CMS
- Les services en ligne et les webapps
- Google, ses outils, youtube et le SEO
- Les réseaux sociaux et le SMO
- La pub en ligne, le SEA et le big data
- Les métiers de la communication

Démarches d'apprentissage

- Cours magistral
- Travaux pratiques

Dispositifs d'aide à la réussite

- Une séance de « questions-réponses » clôture la plupart des cours.
- Une séance de rappel du cours précédent est régulièrement organisée en début de cours.

Ouvrages de référence

- Johnson, H. (2003). L'impression numérique. Eyrolles
- Johansson, K., Lundberg, P., Ryberg, R.(2009). La chaîne graphique (2e édition). Eyrolles
- Niemtezyk, G. (2004). Gestion de la couleur (2e édition). Eyrolles
- Hall, E. (2015). La phase de recherche en web design (1re édition). Eyrolles
- Monteiro, M. (2012). Métier Web Designer (1re édition). Eyrolles
- Wroblewski , L. (2012). Mobile first (1re édition). Eyrolles

Supports

- Présentation multimédia

- Fiches techniques
- Infographies
- Sites internet
- Matériel didactique
- Notes de cours

4. Modalités d'évaluation

Principe

L'évaluation se partage entre des travaux pratiques demandés en cours de quadrimestre et un examen écrit pendant la session de janvier.

Pondérations

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

Int = Interrogation(s), Trv = Travaux, Exe = Examen écrit

Dispositions complémentaires

La présence au cours est obligatoire.

Pour les interrogations et les travaux de la production journalière, un certificat médical entraîne le report de l'épreuve au cours suivant.

En cas d'échec dans cette unité d'enseignement en janvier, l'étudiant sera réinterrogé en juin et/ou en septembre. L'étudiant ne remet pas en jeu son travail journalier.

Pendant le quadrimestre, le non respect des dates de remise entraînera un retrait de 3 points sur 20 par jour de retard.

La section pratique l'arrondi mathématique pour l'évaluation des 3 périodes.

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

Référence au REE

Toute modification éventuelle en cours d'année ne peut se faire qu'exceptionnellement et en accord avec le Directeur de Catégorie ou son délégué et notifiée par écrit aux étudiants (article 10 du Règlement des études).

Bachelier en Publicité Option Médias contemporains

HELHa Mons - Campus 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

UE 04 Infographie 2			
Code	ARPB1B04INFO	Caractère	Obligatoire
Bloc	1B	Quadrimestre(s)	Q2
Crédits ECTS	6 C	Volume horaire	72 h
Coordonnées des responsables et des intervenants dans l'UE	Christophe BROOTCORNE (christophe.brootcorne@helha.be) Patrick PIRLOT (patrick.pirlot@helha.be)		
Coefficient de pondération	60		
Cycle et niveau du Cadre Francophone de Certification	bachelier / niveau 6 du CFC		
Langue d'enseignement et d'évaluation	Français		

2. Présentation

Introduction

Cette unité d'enseignement s'inscrit dans le développement didactique et pédagogique du baccalauréat en Publicité. Elle sert d'introduction à l'infographie prépresse et web :

- Apprendre à réaliser des mises en pages simples à l'aide du logiciel InDesign.
- Apprendre à préparer les images pour la mise en page et le web à l'aide du logiciel Photoshop
- Apprendre à reproduire et mettre en forme des pages web simple à l'aide du HTML et des CSS.

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

1.1.4 Utiliser une terminologie professionnelle appropriée tant oralement que par écrit

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

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

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

Acquis d'apprentissage visés

A l'issue de l'unité d'enseignement, il est attendu que l'étudiant produise des fichiers à travers lesquels il démontre sa capacité à réaliser sur ordinateur :

- Une mise en page sur base d'un modèle imposé en utilisant efficacement les techniques du logiciel Indesign
- Une image composite sur base d'un modèle imposé en utilisant efficacement les techniques du logiciel Photoshop
- Une page web en utilisant les langages HTML et CSS.

Il sera capable d'organiser, de nommer et d'enregistrer ses fichiers selon les consignes données.

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 les activités d'apprentissage suivantes :

ARPB1B04INFOA	Infographie : mise en page	24 h / 2 C
ARPB1B04INFOB	Infographie : retouche d'images	24 h / 2 C
ARPB1B04INFOC	Infographie : web	24 h / 2 C

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

4. Modalités d'évaluation

Les 60 points attribués dans cette UE sont répartis entre les différentes activités de la manière suivante :

ARPB1B04INFOA	Infographie : mise en page	20
ARPB1B04INFOB	Infographie : retouche d'images	20
ARPB1B04INFOC	Infographie : web	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

La présence aux cours est obligatoire.

La présence lors des remises de travaux est obligatoire.

Si un étudiant obtient moins de 8/20 à une activité d'apprentissage de l'UE, cette cote devient celle de l'UE.

Pendant le quadrimestre, le non respect des dates de remise entraînera un retrait de 3 points sur 20 par jour de retard.

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 REE

Toute modification éventuelle en cours d'année ne peut se faire qu'exceptionnellement et en accord avec le Directeur de Catégorie ou son délégué et notifiée par écrit aux étudiants (article 10 du Règlement des études).

Bachelier en Publicité Option Médias contemporains

HELHa Mons - Campus 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

Infographie : mise en page			
Code	2_ARPB1B04INFOA	Caractère	Obligatoire
Bloc	1B	Quadrimestre(s)	Q2
Crédits ECTS	2 C	Volume horaire	24 h
Coordonnées du Titulaire de l'activité et des intervenants	Christophe BROOTCORNE (christophe.brootcorne@helha.be)		
Coefficient de pondération	20		
Langue d'enseignement et d'évaluation	Français		

2. Présentation

Introduction

Cette activité d'apprentissage s'inscrit dans le développement didactique de l'unité d'enseignement

Objectifs / Acquis d'apprentissage

A l'issue de l'activité d'apprentissage, l'étudiant sera capable de reproduire sur ordinateur une mise en page sur base d'un modèle imposé en utilisant efficacement les techniques du logiciel InDesign. Il sera capable d'organiser, de nommer et d'enregistrer son fichier selon les consignes données.

3. Description des activités d'apprentissage

Contenu

Etude des fonctions de base du logiciel InDesign: connaissance de l'interface, création du nouveau document (format, marges, repères); connaissance des menus: gestion des blocs (création, placement, duplication, pathfinder); gestion du texte (justification de la police de caractères, importation, attributs de caractères et paragraphes, chaînage, alignements), gestion des images (choix et importation, ajustement au bloc, colorisation, création des couleurs, connaissance des différentes modalités d'enregistrements).

Réalisation de documents publicitaires, annonces presse magazines, affichelette ...

Démarches d'apprentissage

Théorique: forme expositive, active avec explications step by step. Applications des directives théoriques par des exercices pratiques dirigés. Exercices individuels.

Dispositifs d'aide à la réussite

Correction en direct de chaque exercice

Séance de synthèse avec FAQ est prévue en fin de cycle.

Divers sites internet avec tutoriels:

<http://tutoriels-video.zebulon.fr/59-indesign-cs4-les-placements-de-texte.html>

<http://tv.adobe.com/fr/watch/apprendre-indesign-cs5/pour-commencer-pc-questce-quindesig/>

<http://tv.adobe.com/fr/watch/apprendre-indesign-cs5/pc-04-les-textes-et-les-blocs-de-texte/>

<http://www.wisibility.com/post/2007/02/09/261-tutorial-indesign-filet-de-paragraph>

Ouvrages de référence

Sites internet précisés durant les cours.

Sources bibliographiques:

- InDesign CC2014 de Pierre Labbe Edit. Eyrolles
- Apprendre InDesign pas à pas de Sophie Brendel - Laouenan Edit. Graphicfutur
- InDesign débutants et initiés. Mis à jour avec cs6 de Victor Auduin Edit. Eyrolles
- Formation Cepegra

Supports

Labos informatiques équipés d'ordinateurs, de logiciels et de connexions adéquates. Chaque étudiant dispose de sa session personnelle.

Théorie: documents et photocopies (disponible sur Connected)

Pour le step by step, les étudiants suivent sur base du rétroprojecteur et projection sur écran.

Exercices: le matériel (images, texte, fontes ...) est sur le serveur, le modèle à réaliser est soit présenté à l'écran ou est donné sur document papier / photocopie lors des cours. L'exercice est enregistré sur le serveur (session personnelle)

4. Modalités d'évaluation

Principe

Les exercices sont corrigés individuellement (remarques pendant le cours) et évalués avec des appréciations.

Une ou plusieurs évaluations théoriques peuvent être réalisées pendant les cours.

L'examen de fin d'activité d'apprentissage est réalisé sur ordinateur selon le schéma organisationnel du cours.

Pondérations

	Q1		Q2		Q3	
	Modalités	%	Modalités	%	Modalités	%
production journalière						
Période d'évaluation			Exp	100	Exp	100

Exp = Examen pratique

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

Dispositions complémentaires

Si un étudiant obtient moins de 8/20 à une activité d'apprentissage de l'UE, cette cote devient celle de l'UE.

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 REE

Toute modification éventuelle en cours d'année ne peut se faire qu'exceptionnellement et en accord avec le Directeur de Catégorie ou son délégué et notifiée par écrit aux étudiants (article 10 du Règlement des études).

Bachelier en Publicité Option Médias contemporains

HELHa Mons - Campus 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

Infographie : retouche d'images			
Code	2_ARPB1B04INFOB	Caractère	Obligatoire
Bloc	1B	Quadrimestre(s)	Q2
Crédits ECTS	2 C	Volume horaire	24 h
Coordonnées du Titulaire de l'activité et des intervenants	Patrick PIRLOT (patrick.pirlot@helha.be)		
Coefficient de pondération	20		
Langue d'enseignement et d'évaluation	Français		

2. Présentation

Introduction

Cette activité d'apprentissage s'inscrit dans le développement didactique de l'unité d'enseignement.

Objectifs / Acquis d'apprentissage

A l'issue de l'activité d'apprentissage, l'étudiant sera capable de reproduire sur ordinateur une image composite sur base d'un modèle imposé en utilisant efficacement les techniques du logiciel Photoshop.

Il sera capable d'organiser, de nommer et d'enregistrer son fichier selon les consignes données.

3. Description des activités d'apprentissage

Contenu

Etude des fonctions de base du logiciel Photoshop : connaissance de l'interface, connaissance des outils et des commandes; travail des sélections, des calques et leur organisation ; travail des différents types de masques.

Les techniques d'acquisition : scan, internet, appareil numérique.

Les techniques de détourage.

Connaissance des différents formats d'images pour le web et la prépresse.

Démarches d'apprentissage

Cours théoriques et Step by step.

Exercices pratiques individuels.

Dispositifs d'aide à la réussite

Apprentissage différencié

Ouvrages de référence

wisibility.com, tv.adobe.com et video2brain.com.

Nombreux sites précisés durant l'année.

Supports

- Labos informatiques équipés d'ordinateurs, de logiciels, et de connexions adéquates. Chaque étudiant dispose de sa session personnelle.
- Pour le step by step : les étudiants suivent sur base de l'écran du rétroprojecteur
- Exercices : Le matériel (images, textes, fontes, énoncé...) est sur le serveur, le modèle à réaliser est donné sur papier lors de chaque séance, l'exercice est enregistré sur la session personnelle.
- Briefings
- Fiches techniques

4. Modalités d'évaluation

Principe

Les exercices sont corrigés individuellement et évalués avec des appréciations.

L'examen de fin d'activité d'apprentissage est réalisé sur ordinateur selon le schéma organisationnel du cours.

Pondérations

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

Trv = Travaux, Exp = Examen pratique

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

Dispositions complémentaires

La présence aux cours est obligatoire.

La présence lors des remises de travaux est obligatoire.

Si un étudiant obtient moins de 8/20 à une activité d'apprentissage de l'UE, cette cote devient celle de l'UE.

Pendant le quadrimestre, le non respect des dates de remise entraînera un retrait de 3 points sur 20 par jour de retard.

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 REE

Toute modification éventuelle en cours d'année ne peut se faire qu'exceptionnellement et en accord avec le Directeur de Catégorie ou son délégué et notifiée par écrit aux étudiants (article 10 du Règlement des études).

Bachelier en Publicité Option Médias contemporains

HELHa Mons - Campus 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

Infographie : web			
Code	2_ARPB1B04INFOC	Caractère	Obligatoire
Bloc	1B	Quadrimestre(s)	Q2
Crédits ECTS	2 C	Volume horaire	24 h
Coordonnées du Titulaire de l'activité et des intervenants	Christophe BROOTCORNE (christophe.brootcorne@helha.be)		
Coefficient de pondération	20		
Langue d'enseignement et d'évaluation	Français		

2. Présentation

Introduction

Cette activité d'apprentissage s'inscrit dans le développement didactique de l'unité d'enseignement.

L'activité d'apprentissage Web, qui représente un tiers de l'UE, vise à acquérir les bases des différentes techniques de mise en page web : HTML(5) et CSS(3) via des logiciels d'édition web, Dreamweaver en particulier.

Objectifs / Acquis d'apprentissage

A l'issue de l'U.E. l'étudiant sera capable de

- réaliser une page web en utilisant les langages HTML et CSS à l'aide d'un outil informatique adapté
- organiser et nommer ses fichiers selon les consignes données et les contraintes liées au Web

3. Description des activités d'apprentissage

Contenu

Par quelques exposés théorique et par de petits exercices simples, dirigés ou individuels, immersion dans le codage HTML et CSS : sémantique, syntaxe, fonctionnement et affichage dans un navigateur.

Initiation au HTML

- Fonctions, sémantique, syntaxe, structure
- Mise en pratique : codage, balises de contenu et de structure

Initiation aux CSS

- Fonctions, syntaxe
- Mise en pratique : exercices dirigés, mise en forme de pages web simples

Démarches d'apprentissage

Expositive, interrogative et active : explications en classe, applications de la théorie par des exercices pratiques.

Dispositifs d'aide à la réussite

Le dernier cours est organisé sous forme de révision-FAQ

Ouvrages de référence

- Jérémy Keith, "HTML5 pour les web designers", 2010, Editions Eyrolles
- Dan Cederholm, "CSS3 pour les Web Designers", 2011, Editions Eyrolles
- Raphaël Goetter, Daniel Glazman, "CSS avancées : Vers HTML5 et CSS3", 2011, Editions Eyrolles

Nombreux sites internet (précisés durant l'année)

Supports

- Labos informatiques équipés d'ordinateurs, de logiciels et de connexions adéquates
- Chaque étudiant dispose de sa session personnelle, l'enseignant dispose d'un rétroprojecteur
- Syllabus interactif disponible du ClarolineLabos équipés d'iMac, de la CreativeSuite d'Adobe, de connexions (Wifi et Ethernet), d'accès à Internet
- Syllabus (PDF)
- Fiches techniques (PDF), boîte à outils, WebApps, etc

4. Modalités d'évaluation

Principe

L'évaluation sera sanctionnée par un examen lors de la session de juin, durant lequel l'étudiant doit reproduire un modèle de page web donné mettant en pratiques les éléments théoriques et pratiques utilisés pendant l'activité d'apprentissage.

Pondérations

	Q1		Q2		Q3	
	Modalités	%	Modalités	%	Modalités	%
production journalière						
Période d'évaluation			Exe	100	Exe	100

Exe = Examen écrit

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

Dispositions complémentaires

La présence aux cours est obligatoire.

La présence lors des remises de travaux est obligatoire.

Si un étudiant obtient moins de 8/20 à une activité d'apprentissage de l'UE, cette cote devient celle de l'UE.

Pendant le quadrimestre, le non respect des dates de remise entraînera un retrait de 3 points sur 20 par jour de retard.

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 REE

Toute modification éventuelle en cours d'année ne peut se faire qu'exceptionnellement et en accord avec le Directeur de Catégorie ou son délégué et notifiée par écrit aux étudiants (article 10 du Règlement des études).

Bachelier en Publicité Option Médias contemporains

HELHa Mons - Campus 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

UE 05 Histoire de l'art 1			
Code	ARPB1B05HIST	Caractère	Obligatoire
Bloc	1B	Quadrimestre(s)	Q1
Crédits ECTS	4 C	Volume horaire	50 h
Coordonnées des responsables et des intervenants dans l'UE	Eric PASTURE (eric.pasture@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

Le cours vise à ouvrir l'esprit des étudiants à la culture artistique (arts plastiques) afin d'élargir leurs champs créatifs, graphiques et publicitaires. D'autre part, le cours s'attarde à faire connaître l'influence de la société, la politique, de l'industrie et l'économie sur les mouvements artistiques et réciproquement.

Contribution au profil d'enseignement (cf. référentiel de compétences)

Cette Unité d'Enseignement contribue au développement des compétences et capacités suivantes :

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
- 2.1.2 Avoir un regard critique sur les rapports entre l'art et la société dans leur contexte historique, social, culturel et intellectuel
- 2.1.3 Privilégier l'impact d'une image par une recherche et une expérimentation graphique personnelle

Acquis d'apprentissage visés

Etre capable de puiser dans les références artistiques données pour accroître son potentiel créatif et diversifier ses actions publicitaires.

Etre capable d'identifier une création artistique, de la situer dans le temps et de lui attribuer son auteur, de définir le courant et la tendance.

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 les activités d'apprentissage suivantes :

ARPB1B05HIST Histoire de l'art 1

50 h / 4 C

Contenu

Cette unité d'enseignement comprend l'activité d'apprentissage suivante : le cours s'attarde à une approche de l'art contemporain (XXe et XXIe siècles) et son implication dans la publicité.

Démarches d'apprentissage

Lors des présentations, les étudiants sont amenés par un jeu de questions-réponses à manifester leurs remarques, analyses et impressions.

Les étudiants devront illustrer leur cours afin de visualiser les différents courants et artistes.

Ils devront également réaliser une ligne du temps illustrée.

Dispositifs d'aide à la réussite

Après six semaines de cours, évaluation et communication d'un relevé de notes indicatif permettant à l'étudiant de se situer par rapport à son organisation et sa méthodologie.

Ouvrages de référence

Pourquoi un enfant de 5 ans n'aurait pas pu faire cela, l'Art moderne expliqué, Susie Hodge, Marabout 2013
Art contemporain, Elisabeth Couturier, Flammarion, Paris 2015

Supports

Syllabus interactif.

4. Modalités d'évaluation

Principe

L'examen compte pour 40% et le travail journalier pour 60%.

Le travail journalier regroupe l'interrogation de novembre (20%), le carnet de croquis/découverte (20%) et la ligne du temps.(20%)

La présence à tous les cours est obligatoire.

Pondérations

	Q1		Q2		Q3	
	Modalités	%	Modalités	%	Modalités	%
production journalière	Int + Trv	60				
Période d'évaluation	Exe	40			Trv + Exe	100

Int = Interrogation(s), Trv = Travaux, Exe = Examen écrit

Dispositions complémentaires

Pendant le quadrimestre, le non respect des dates de remise entraînera un retrait de 3 points sur 20 par jour de retard.

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

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

Référence au REE

Toute modification éventuelle en cours d'année ne peut se faire qu'exceptionnellement et en accord avec le Directeur de Catégorie ou son délégué et notifiée par écrit aux étudiants (article 10 du Règlement des études).

Bachelier en Publicité Option Médias contemporains

HELHa Mons - Campus 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

UE 06 Histoire de l'art 2			
Code	ARPB1B06HIST	Caractère	Obligatoire
Bloc	1B	Quadrimestre(s)	Q2
Crédits ECTS	2 C	Volume horaire	26 h
Coordonnées des responsables et des intervenants dans l'UE	Eric PASTURE (eric.pasture@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 cours vise à ouvrir l'esprit des étudiants à la culture artistique (arts plastiques) afin d'élargir leurs champs créatifs, graphiques et publicitaires. D'autre part, le cours s'attarde à faire connaître l'influence de la société, la politique, de l'industrie et l'économie sur les mouvements artistiques et réciproquement.

Contribution au profil d'enseignement (cf. référentiel de compétences)

Cette Unité d'Enseignement contribue au développement des compétences et capacités suivantes :

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
- 2.1.2 Avoir un regard critique sur les rapports entre l'art et la société dans leur contexte historique, social, culturel et intellectuel
- 2.1.3 Privilégier l'impact d'une image par une recherche et une expérimentation graphique personnelle

Acquis d'apprentissage visés

Etre capable de puiser dans les références artistiques données pour accroître son potentiel créatif et diversifier ses actions publicitaires.

Etre capable d'identifier une création artistique, de la situer dans le temps et de lui attribuer son auteur ainsi que de la définir dans son courant et de pouvoir définir la tendance de celui-ci.

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 les activités d'apprentissage suivantes :

ARPB1B06HISTA Histoire de l'art 2

26 h / 2 C

Contenu

Cette unité d'enseignement comprend l'activité d'apprentissage suivante : le cours s'attarde à une approche de l'art contemporain et son implication dans la publicité.

Démarches d'apprentissage

La présentation des éléments théoriques se réalise sous une forme magistrale. Visites de musées, expositions, lieux culturels.

Questions-réponses et remarques des étudiants

Dispositifs d'aide à la réussite

Les étudiants vont illustrer leur cours afin de visualiser les différents artistes et courants.

Les étudiants vont réaliser une ligne du temps illustrée.

Ouvrages de référence

NARBONNE, M. (2007). Cours d'Histoire de l'art. Paris : Vuibert
FRONTISI, C. (2009). Histoire visuelle de l'art. Paris : Larousse
Divers périodiques (connaissance des arts, arts actuels...)

Supports

Supports

Syllabus interactif.

4. Modalités d'évaluation

Principe

Le total des points (100%) se divise en un examen (60%) et le travail journalier (40%)

Le travail journalier se répartit en : illustration du cours (20%) et ligne du temps (20%)

La présence aux cours est obligatoire.

Pondérations

	Q1		Q2		Q3	
	Modalités	%	Modalités	%	Modalités	%
production journalière			Trv	40		
Période d'évaluation			Exe	60	Trv + Exe	100

Trv = Travaux, Exe = Examen écrit

Dispositions complémentaires

Pendant le quadrimestre, le non respect des dates de remise entraînera un retrait de 3 points sur 20 par jour de retard.

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 REE

Toute modification éventuelle en cours d'année ne peut se faire qu'exceptionnellement et en accord avec le Directeur de Catégorie ou son délégué et notifiée par écrit aux étudiants (article 10 du Règlement des études).

Bachelier en Publicité Option Médias contemporains

HELHa Mons - Campus 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

UE 07 Création publicitaire 1			
Code	ARPB1B07CREP	Caractère	Obligatoire
Bloc	1B	Quadrimestre(s)	Q1Q2
Crédits ECTS	14 C	Volume horaire	144 h
Coordonnées des responsables et des intervenants dans l'UE	Eric PASTURE (eric.pasture@helha.be) Jean-Marc SCORNEAU (jean-marc.scorneau@helha.be)		
Coefficient de pondération	140		
Cycle et niveau du Cadre Francophone de Certification	bachelier / niveau 6 du CFC		
Langue d'enseignement et d'évaluation	Français		

2. Présentation

Introduction

Développer un esprit critique, comprendre un briefing pour mettre au point une idée originale et créer un projet publicitaire de qualité. Mettre en place les bases d'une culture de l'image dans la création publicitaire. Enrichir sa vision du design graphique publicitaire et favoriser une exploitation graphique personnalisée. Enrichir sa culture artistique, s'informer des nouvelles tendances pour élargir son champ de créativité. Avoir un regard critique sur les rapports entre l'art et la société dans leur contexte historique, social, culturel et intellectuel. Développer la capacité à structurer un visuel en vue d'une publication, et cela, en développant un champ d'action créatif le plus large possible. Réalisation de projets en rough avec les qualités graphiques requises. Développer un concept original du projet à la réalisation finale.

Développer la curiosité. Acquisition des principes de base de la typographie et de la lettre. Développer le processus de création dans la recherche typographique. Mettre en place une culture typo pour répondre aux exigences de la communication graphique.

Contribution au profil d'enseignement (cf. référentiel de compétences)

Cette Unité d'Enseignement contribue au développement des compétences et capacités suivantes :

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

- 3.1.2 Concevoir une composition graphique lisible et équilibrée

Acquis d'apprentissage visés

A l'issue de l'unité d'enseignement, l'étudiant sera capable de :

- Réaliser une recherche personnelle pour appuyer sa création
- Créer des projets graphiques pertinents en fonction des exigences d'un briefing
- De mettre en place un concept et d'exprimer graphiquement l'idée en adéquation avec la communication
- De développer une culture de l'image dans la création publicitaire
- D'acquérir les bases d'un projet layout et favoriser une expression graphique intéressante
- D'exploiter la typo en tant qu'image à lire et à voir dans la communication publicitaire
- De développer une sensibilité propre à la typo dans l'univers du design graphique
- D'acquérir les principes de base du dessin de la lettre pour la recherche graphique

- De développer une réflexion dans le processus créatif en respectant les objectifs du briefing.

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 les activités d'apprentissage suivantes :

ARPB1B07CREPA	Création publicitaire	96 h / 10 C
ARPB1B07CREPB	Typographie	48 h / 4 C

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

4. Modalités d'évaluation

Les 140 points attribués dans cette UE sont répartis entre les différentes activités de la manière suivante :

ARPB1B07CREPA	Création publicitaire	90
ARPB1B07CREPB	Typographie	50

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

Présence obligatoire aux cours ainsi qu'à la remise des travaux.

En cas de note inférieure à 8/20 dans une activité d'apprentissage, cette note devient la note de l'UE.

Référence au REE

Toute modification éventuelle en cours d'année ne peut se faire qu'exceptionnellement et en accord avec le Directeur de Catégorie ou son délégué et notifiée par écrit aux étudiants (article 10 du Règlement des études).

Bachelier en Publicité Option Médias contemporains

HELHa Mons - Campus 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

Création publicitaire			
Code	2_ARPB1B07CREPA	Caractère	Obligatoire
Bloc	1B	Quadrimestre(s)	Q1Q2
Crédits ECTS	10 C	Volume horaire	96 h
Coordonnées du Titulaire de l'activité et des intervenants	Eric PASTURE (eric.pasture@helha.be)		
Coefficient de pondération	90		
Langue d'enseignement et d'évaluation	Français		

2. Présentation

Introduction

Développer un esprit critique, comprendre un briefing pour mettre au point une idée originale et créer un projet publicitaire de qualité. Mettre en place les bases d'une culture de l'image dans la création publicitaire. Enrichir sa vision du design graphique publicitaire et favoriser une exploitation graphique personnalisée.

Enrichir sa culture artistique, s'informer des nouvelles tendances pour élargir son champ de créativité.

Avoir un regard critique sur les rapports entre le monde artistique et la société dans leur contexte historique, social, culturel et intellectuel. Développer la capacité à structurer un visuel en vue d'une publication en développant un champ d'action créatif le plus large possible.

Réalisation de projets en rough avec les qualités graphiques requises. Développer un concept original à l'aide d'un projet graphique adéquat. Développer la curiosité dans le monde de la création publicitaire.

Objectifs / Acquis d'apprentissage

A l'issue du cours, l'étudiant sera capable de :

- Créer des projets graphiques pertinents en fonction des exigences d'un briefing.
- mettre en place un concept et exprimer graphiquement l'idée en adéquation avec la communication
- développer une culture de l'image dans la création publicitaire
- d'acquérir les bases d'un projet layout, et favoriser une expression graphique intéressante

3. Description des activités d'apprentissage

Contenu

Présentation de la démarche pédagogique et des objectifs lors du premier cours (claroline)

Table des matières sommaire des travaux demandés:

- réalisation d'un carnet d'inspirations graphiques personnelles (de type carnet de voyage) avec pour objectif la réalisation de moodboards (timing: sept-juin avec évaluations intermédiaires).
- réalisation d'images graphiques (sur base d'un objet simple)
- travail de l'image / travail de la mise en page / travail de technique créative et de recherche (pour divers sujets, par ex. portrait célébrité) ainsi que la créations d'affiches (ex: réserves naturelles...)
- réalisation de couvertures de livres (pour "Graphic Design" avec intégrations typographiques et recherche de codes-barres créatifs).
- travail de différentes techniques de recherches graphiques
- travaux de conception publicitaire: mise en place de la stratégie de la communication, mise en place d'un moodboard pour développer une culture de l'image et favoriser l'acte créatif. Etudes et recherches publicitaires au niveau du rough.

- Mise en situation graphique du concept publicitaire en fonction du média sélectionné et de ses caractéristiques.

Démarches d'apprentissage

Chaque création est une introspection dans l'acte créatif et l'enseignant n'aura pour tâche que d'accompagner l'étudiant dans ses multiples démarches afin qu'il se réalise au travers de ses créations.

C'est pour cela qu'il est primordial que l'étudiant soit présent au cours afin de vivre et d'échanger pleinement sa créativité avec l'enseignant. C'est un cheminement qui se construit au jour le jour, qui se ressent et l'échange avec le professeur est indispensable afin d'aiguiser sa sensibilité artistique et de mettre au point la recherche publicitaire. Exercices dirigés.

Au cours de l'année, des visites de musées et d'expositions artistiques et publicitaires sont organisées afin de développer la curiosité culturelle et d'élargir le champ créatif des étudiants. Ces visites seront d'éventuelles sources d'inspiration pour leurs réalisations.

L'étudiant sera en possession d'un carnet personnel où il compilera ses inspirations et recherches (moodboard) et ses notes graphiques concernant les visites organisées.

Ce carnet sera réalisé de manière graphique (carnet de voyage).

- Avec chaque briefing, des documents seront disponibles sur claroline en rapport avec les objectifs du travail créatif et graphique (exemples et modèles, sites internet).
- Un planning de travail (timing calendrier, nombre de cours) est fixé lors de la présentation du briefing, chaque étapes du travail créatif permettra une mise au point et une correction des idées / projets avec l'étudiant.

Dispositifs d'aide à la réussite

Mise au point et correction individualisée de la recherche et du projet avec l'étudiant. Réflexion sur la stratégie et la recherche devant les étudiants, argumentation et défense des idées, vision globale des réalisations permettant à l'étudiant de juger de la pertinence des idées et de qualité graphique de son travail. Possibilité d'améliorer les travaux.

Dans cette activité d'apprentissage, l'étudiant aura la possibilité d'améliorer ses travaux durant le quadrimestre afin de revoir sa cote.

Ouvrages de référence

Il est conseillé aux étudiants de s'appuyer sur des recherches personnelles en art actuel (dans des magazines tels que "Art Actuel", "Beaux Arts Magazine", "Illustration Now!" aux éditions Tacshen,...)

Périodiques (Etapes Graphiques, Beaux-Arts, Art Actuel, Connaissance des Arts ...)

Pricken, M. (2008).

- Revues Archive pour la création publicitaire au niveau international.
- La publicité créative, idées et techniques tirées des plus grandes campagnes publicitaires. Pyramid.
- Expérience professionnelle.

Supports

L'étudiant devra être en possession d'un carnet personnel où il compilera

- ses inspirations et recherches (recherches personnelles et imposées / web – bibliothèques / magazines d'art et plus particulièrement d'art actuel)
- ses notes graphiques concernant les visites organisées

Ce carnet doit être réalisé de manière graphique (carnet de voyage) et une attention particulière est accordée à la personnalisation de la couverture et à la tenue de celui-ci.

Bibliothèque, périodiques et revues spécialisées.

Directives pratiques :

- L'étudiant sera en possession de son matériel (en fonction de sa créativité : choix du support, de la technique...) lors de chaque cours atelier ainsi que de son carnet d'inspirations graphiques.

L'étudiant aura effectué au préalable ses recherches personnelles

- Sites internet en rapport avec les objectifs du briefing, sur le plan créatif et au niveau graphique.
- Présentation des exercices avec le rétroprojecteur, remise de documents photocopies.

4. Modalités d'évaluation

Principe

o 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 :

- respect des consignes (format, sujet, impositions obligatoires)
- la composition
- l'originalité
- la prise de risques
- le soin et la présentation
- la curiosité (qui s'évaluera particulièrement au travers du carnet de voyages)

o Présentation de l'évolution des créations (lors de la semaine avant la Toussaint)

o Présentation de leurs créations finalisées du premier semestre et du carnet de voyages en janvier

o Présentations des créations finalisées du second semestre et du carnet de voyages en juin

Une note de travail journalier est attribuée tout au long de l'évolution des travaux.

Une note est attribuée également lors des remises de travaux de janvier et de juin.

- L'évaluation du travail créatif et graphique se fait à chaque cours, l'étudiant sait en permanence ou se situe son travail pour apporter les corrections et modifications nécessaires sur le plan créatif et technique.

- Lors de la remise d'un travail pratique c'est un ensemble d'éléments: dossier créatif, études et recherches graphiques, qualité du moodboard et des projets définitifs. La cote du travail est attribuée en fonction du travail global.

Pondérations

	Q1		Q2		Q3	
	Modalités	%	Modalités	%	Modalités	%
production journalière	Evc	60	Evc	60		
Période d'évaluation	Trv	40	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 90

Dispositions complémentaires

La présence aux cours est obligatoire. Pendant l'année, le non respect des dates de remise entraînera un retrait de 3 points sur 20 par jour de retard.

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

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

Référence au REE

Toute modification éventuelle en cours d'année ne peut se faire qu'exceptionnellement et en accord avec le Directeur de Catégorie ou son délégué et notifiée par écrit aux étudiants (article 10 du Règlement des études).

Bachelier en Publicité Option Médias contemporains

HELHa Mons - Campus 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

Typographie			
Code	2_ARPB1B07CREPB	Caractère	Obligatoire
Bloc	1B	Quadrimestre(s)	Q1Q2
Crédits ECTS	4 C	Volume horaire	48 h
Coordonnées du Titulaire de l'activité et des intervenants	Jean-Marc SCORNEAU (jean-marc.scoreneau@helha.be)		
Coefficient de pondération	50		
Langue d'enseignement et d'évaluation	Français		

2. Présentation

Introduction

- Acquérir les principes de base de la typographie (typo à lire et à voir).
- Concevoir typographiquement des projets clairs et lisibles pour une meilleure communication.
- Acquisition des principes de base de la lettre à main levée dans le cadre de la création d'un projet publicitaire.
- Développer le processus: de réflexion, création et argumentation sur le plan typographique.
- Acquisition d'une culture typo pour répondre aux exigences de la communication graphique.

Objectifs / Acquis d'apprentissage

A l'issue du cours, l'étudiant sera capable:

- D'exploiter la typo en tant qu'image à lire et à voir dans la communication publicitaire.
- De développer une sensibilité propre à la typo dans l'univers du design graphique.
- D'acquérir les principes de base du dessin de la lettre pour le recherche graphique.
- De développer une réflexion dans le processus créatif en respectant les directives et objectifs du briefing.

3. Description des activités d'apprentissage

Contenu

- Les spécificités du caractère typo et les invariants typographiques.
- Les différentes formes d'adéquations typographiques.
- L'identification de la lettre et les classifications typographiques.
- Vue globale de l'histoire de la typo du 15ème siècle à nos jours. Les principaux acteurs et l'héritage typographique dans le design graphique.
- Etudes et recherches typographiques personnalisées.

Démarches d'apprentissage

- La présentation de la partie théorique se réalise sous une forme magistrale appuyée d'une forme interactive.
- Travaux dirigés permettant d'acquérir un bagage typographique pour la recherche et la réalisation de projets graphiques.
- L'étudiant est placé dans une position de réflexion pour guider l'expérimentation et la recherche graphique.

Dispositifs d'aide à la réussite

- Correction individualisée de la recherche pour chaque étudiant, mise au point du projet graphique sur le fond et la forme, en fonction des problèmes rencontrés, guidance personnalisée.
- Possibilité d'améliorer l'idée et la partie graphique des travaux (calendrier personnalisé en fonction de l'étudiant)
- Disponibilité de l'enseignant en dehors des cours en fonction des problèmes rencontrés.

Ouvrages de référence

- Expérience professionnelle.
- Références à des sites sur la typographie et le graphisme sur internet, inscription à des newsletters pour consultation de documents typographiques et d'informations.
- Sources bibliographiques:

Le design graphique, Alain Well. Le langage de la typographie, Will Hill. Typo du 20ème siècle, Lewis Blackwell. Les fondamentaux de la typographie, Gavin Ambrose et paul harris. Pratique de la typographie, Michael Harkins. Créations typographiques de 1985 à nos jours, Cees de Jong. Aide au choix de la typo-graphie, Gérard Blanchard. Manuel de design graphique, Timothy Samara. Manuel d'anatomie typographique, Stephen Coles...

Supports

- Cours en ligne sur Claroline, pour la théorie et la pratique, une prise de notes est nécessaire pour la matière théorique.
- Sur Claroline également, divers documents en rapport avec la matière théorique et la réalisation des travaux pratiques.
- Revues à la bibliothèque (étapes graphiques, archives). Remise ponctuelle de documents photocopiés.
- Internet: inscriptions newsletters chez FontShop, consultation de divers sites typo pour l'actualité typographique, en référence aux cours théoriques (paris.blog.lemonde.fr ...), et pour la recherche typographique

4. Modalités d'évaluation

Principe

- L'évaluation du travail pratique se fait à chaque cours en fonction du planning. L'étudiant présente son travail de recherche et d'étude, une correction personnalisée est donnée à chaque cours. L'étudiant peut donc situer son travail créatif et technique et apporter les corrections nécessaires.
- A la remise du travail pratique une note est donnée à l'étudiant qui lui permet de connaître sa moyenne en cours d'année. Il y a toujours une possibilité de remédiation pour améliorer une notation.
- Pour certains travaux, globalement des remarques interactives sont données devant l'ensemble de la classe.

Pondérations

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

Evc = Évaluation continue, Int = Interrogation(s), Prj = Projet(s), Trv = Travaux

La pondération de cette activité d'apprentissage au sein de l'UE dont elle fait partie vaut 50

Dispositions complémentaires

- Pour le Q3, la note du travail journalier est acquise et ne bouge pas, l'étudiant représente 40% des points.
- Pour Q1 et Q2, un travail (TP) remis hors délais = 3 points en moins par jour de retard sur un total de 20 points. Un certificat médical ou justificatif légal, permettra en accord avec l'enseignant une remise différée. Le justificatif devra être remis avec le TP pour éviter le retrait de points par jour de retard.
- La présence au cours est obligatoire.

La section pratique l'arrondi mathématique pour l'évaluation des 2 périodes.
Pendant les sessions, tout étudiant retardataire sera envoyé à la Direction.

Référence au REE

Toute modification éventuelle en cours d'année ne peut se faire qu'exceptionnellement et en accord avec le Directeur de Catégorie ou son délégué et notifiée par écrit aux étudiants (article 10 du Règlement des études).

Bachelier en Publicité Option Médias contemporains

HELHa Mons - Campus 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

UE 08 Anglais 1			
Code	ARPB1B08ANGL	Caractère	Obligatoire
Bloc	1B	Quadrimestre(s)	Q1
Crédits ECTS	2 C	Volume horaire	24 h
Coordonnées des responsables et des intervenants dans l'UE	Georg PAULS (georg.pauls@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

L'anglais est la langue de base de la publicité. Des bonnes notions d'anglais conditionnent très souvent une carrière dans ce secteur. Cette unité d'enseignement fournit les notions nécessaires en tenant compte des connaissances de départ des étudiants. Un test en début d'année déterminera le niveau d'entrée des étudiants. En cas de résultat insuffisant les étudiants concernés sont invités à suivre un cours de renforcement dispensé au sein du département. En cas de résultat largement supérieur à la normale, un cours avancé sera proposé.

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

Acquis d'apprentissage visés

Au terme de l'UE l'étudiant aura acquis les savoir-faire correspondant au niveau A2/B1 du cadre européen de référence :

- I. - comprendre les points essentiels d'un message oral prononcé avec l'accent anglais standard ou des accents étrangers sur un sujet relevant des centres d'intérêt de jeunes adultes
- II. - distinguer les éléments d'un message écrit général relevant des domaines précités
- III. - communiquer en groupe sur des sujets généraux
- IV. - produire des messages écrits sur des sujets d'intérêt général

Les étudiants suivant le cours avancé débutent immédiatement au niveau B2.

Liens avec d'autres UE

Prérequis pour cette UE : aucun

Corequis pour cette UE : aucun

3. Description des activités d'apprentissage

Contenu

Cette unité d'enseignement comprend les activités d'apprentissage suivantes :

- Les médias (approche critique) : exprimer ses préférences, parler de faits et d'informations, évaluer et recommander, décrire des émissions télévisées
- La communication : exprimer des opinions, utiliser l'internet, exprimer la probabilité
- Le plan de carrière : parler de ses projets, rêves, ambitions, capacités, réalisations. Vendre une idée.

Les étudiants avancés débiteront la préparation au test d'anglais pour la communication internationale (TOEIC).

Démarches d'apprentissage

- Approche inductivo-déductive classique
- Utilisation des nouvelles technologies
- Évaluation continuée
- Mise à disposition de ressources supplémentaires via la plateforme ConnectED et Office 365

Dispositifs d'aide à la réussite

- Test d'entrée déterminant les étudiants avec de grandes lacunes qui suivront le cours de renforcement
- Interrogations fréquentes
- Interrogation de révision avec commentaire en classe à la Toussaint (cette interrogation représente environ 20% de la cote finale de l'UE).
- Mise à disposition de modules d'exercices d'accompagnement ciblées pour l'auto-apprentissage.

Ouvrages de référence

Aucun ouvrage imposé. Utilisation réfléchie des nombreuses ressources internet (dictionnaires)

Supports

Manuel de cours (obligatoire) :

English Unlimited. B1+ Intermediate. Coursebook with e-Portfolio (by David Read e.a.), Cambridge University Press, 2011.
ISBN 978-0-521-73989-4 (manuel avec DVD-ROM)

Étudiants avancés : English for Marketing & Advertising (by Sylee Gore) , Oxford University Press, 2007

- Compendium grammatical
- Syllabus d'acquisition de vocabulaire général (sélectionné en fonction de son intérêt pour la publicité)
- Site ConnectED

4. Modalités d'évaluation

Principe

Afin de promouvoir la prise de responsabilité de l'étudiant, l'articulation travail journalier/examen est individuelle pour chacun(e) et dépend de la participation aux cours et interrogations. Le système de valorisation de la présence aux cours et interrogations est expliqué en début d'année (oralement et par écrit).

Les pondérations qui suivent sont donc indicatives.

Pondérations

	Q1		Q2		Q3	
	Modalités	%	Modalités	%	Modalités	%
production journalière	Int	60			Int	0
Période d'évaluation	Exe	40			Exe	100

Int = Interrogation(s), Exe = Examen écrit

Dispositions complémentaires

Tous les travaux doivent être remis exclusivement par la plateforme ConnectED. Aucun dépôt tardif sera toléré. La non-remise de travaux dans les délais sera sanctionnée d'un zéro.

L'évaluation du Q1 représentée au Q2 garde l'apport du travail journalier/travaux.

Le travail journalier est neutralisé au Q3.

Un examen non présenté sans motif valable sera sanctionné d'un zéro pour autant qu'il existe du travail journalier (Q1/Q2).

L'absence à l'examen (ou une partie de celui-ci) au Q3 entraînera l'absence de note et la mention "pas présenté" pour l'UE.

Dans le cas où le nombre d'évaluations hebdomadaires est inférieur à 7 le travail journalier sera neutralisé en Q1 et Q2 (il le sera d'office en Q3).

La section pratique l'arrondi mathématique pour l'évaluation des 3 périodes.

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

Référence au REE

Toute modification éventuelle en cours d'année ne peut se faire qu'exceptionnellement et en accord avec le Directeur de Catégorie ou son délégué et notifiée par écrit aux étudiants (article 10 du Règlement des études).

Bachelier en Publicité Option Médias contemporains

HELHa Mons - Campus 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

UE 09 Anglais 2			
Code	ARPB1B09ANGL	Caractère	Obligatoire
Bloc	1B	Quadrimestre(s)	Q2
Crédits ECTS	2 C	Volume horaire	24 h
Coordonnées des responsables et des intervenants dans l'UE	Georg PAULS (georg.pauls@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

L'anglais est la langue de base de la publicité. Des bonnes notions d'anglais conditionnent très souvent une carrière dans ce secteur. Cette unité d'enseignement fournit les notions nécessaires en tenant compte des connaissances acquises au cours anglais 1.

Tant le cours de remédiation que le cours avancé se poursuivent.

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

Acquis d'apprentissage visés

Au terme de l'UE l'étudiant aura acquis les savoir-faire correspondant au niveau A2/B1 du cadre européen de référence :

- I. - comprendre les points essentiels d'un message oral prononcé avec l'accent anglais standard ou des accents étrangers sur un sujet relevant des centres d'intérêt de jeunes adultes
- II. - distinguer les éléments d'un message écrit général relevant des domaines précités
- III. - communiquer en groupe sur des sujets généraux
- IV. - produire des messages écrits sur des sujets d'intérêt général

Le cours avancé poursuit au niveau B2 et la préparation au test TOEIC continue.

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 les activités d'apprentissage suivantes :

Contenu

Cette unité d'enseignement comprend les activités d'apprentissage suivantes :

- Donner des explications : conseils, instructions détaillées (pour l'utilisation d'équipements), avec extension publicitaire
- La personnalité : parler de soi-même et des qualités requises pour un métier, comparer des qualités
- Les objets quotidiens : décrire des objets (avec extension publicitaire), la discussion d'alternatives

Démarches d'apprentissage

- Approche inductivo-déductive classique
- Utilisation des nouvelles technologies
- Évaluation continuée
- Mise à disposition de ressources supplémentaires via la plateforme ConnectED et Office 365

Dispositifs d'aide à la réussite

- Poursuite du cours de renforcement
- Interrogations fréquentes
- Mise à disposition de modules d'exercices d'accompagnement ciblées pour l'auto-apprentissage.

Ouvrages de référence

Utilisation des nombreuses ressources disponibles sur internet.

Supports

Manuel de cours (obligatoire) :

English Unlimited. B1+ Intermediate. Coursebook with e-Portfolio (by David Read e.a.), Cambridge University Press, 2011. ISBN 978-0-521-73989-4 (manuel avec DVD-ROM)

- Compendium grammatical
- Syllabus d'acquisition de vocabulaire général (sélectionné en fonction de son intérêt pour la publicité)
- Site ConnectED

Cours avancé : English for Marketing & Advertising (by Sylee Gore), Oxford University Press, 2007

4. Modalités d'évaluation

Principe

Afin de promouvoir la prise de responsabilité de l'étudiant, l'articulation travail journalier/examen est individuelle pour chacun(e) et dépend de la participation aux cours et interrogations. Le système de valorisation de la présence aux cours et interrogations est expliqué en début d'année (oralement et par écrit).

Les pondérations qui suivent sont donc indicatives.

Pondérations

	Q1		Q2		Q3	
	Modalités	%	Modalités	%	Modalités	%
production journalière			Evc + Int	60		0
Période d'évaluation			Exm	40	Exm	100

Evc = Évaluation continue, Int = Interrogation(s), Exm = Examen mixte

Dispositions complémentaires

Tous les travaux doivent être remis exclusivement par la plateforme ConnectED. Tout dépôt tardif sera sanctionné par un

zéro.

Le travail journalier de l'UE09 est neutralisé au Q3.

Un examen non présenté sans motif valable sera sanctionné d'un zéro pour autant qu'il existe du travail journalier.

L'absence à l'examen (ou une partie de celui-ci) au Q3 entraînera l'absence de note et la mention "pas présenté" pour l'UE.

Dans le cas où le nombre d'évaluations hebdomadaires est inférieur à 7 le travail journalier sera neutralisé (il le sera d'office en Q3).

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 REE

Toute modification éventuelle en cours d'année ne peut se faire qu'exceptionnellement et en accord avec le Directeur de Catégorie ou son délégué et notifiée par écrit aux étudiants (article 10 du Règlement des études).

Bachelier en Publicité Option Médias contemporains

HELHa Mons - Campus 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

UE 10 Français 1			
Code	ARPB1B10FRAN	Caractère	Obligatoire
Bloc	1B	Quadrimestre(s)	Q1
Crédits ECTS	2 C	Volume horaire	24 h
Coordonnées des responsables et des intervenants dans l'UE	Aurélié SABUREGEYA (aurelie.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 publicitaires efficaces et accrocheurs est donc à développer dès la première année du bachelier.

Notre manière d'aborder la langue est l'un des éléments fondateurs de notre manière de penser. Comme les images, les mots sont des signes. Le cours de français publicitaire entend fournir les outils nécessaires à l'exploitation active d'un système au service du développement de la pensée et de son partage. Il s'agit ici de diriger les étudiants vers une exploitation créative de la langue maternelle.

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

Acquis d'apprentissage visés

A l'issue de ce premier quadrimestre de cours, l'étudiant sera capable de :

- Dégager les idées-clés d'un message donné.
- Analyser un texte court des points de vue de son contenu et de sa structure.
- Rédiger, selon des contraintes données, des textes brefs, créatifs et accrocheurs.
- Adopter un regard plus analytique sur la syntaxe et l'orthographe de ses productions.

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 les activités d'apprentissage suivantes :

ARPB1B10FRANA Français 1

24 h / 2 C

Contenu

- Analyse de textes courts.
- Etude des figures de style.
- Exercices de rédaction variés.
- Orthographe et syntaxe.

Démarches d'apprentissage

- Approche interactive: le cours évolue selon un jeu de questions-réponses.
- Approche inductive: la théorie est construite à partir d'exemple.
- Ateliers d'écriture.

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 sont reproduits au tableau et font l'objet d'une correction complète par l'ensemble de la classe.

Ouvrages de référence

Queneau M. (1947), Exercices de style. France: Gallimard.

Perec G. & Magné B. (2008), Jeux intéressants. France: Zulma.

Beth A. & Marpeau E. (2005), Figures de style. France: Libro.

Evrard F. (2009), L'atelier d'écriture. France: Ellipses.

Supports

Notes de cours et exercices imprimés et distribués en classe, également disponibles sur la plateforme Connected.

4. Modalités d'évaluation

Principe

La présence au cours est obligatoire puisque la plupart des séances font l'objet d'un exercice noté. Il s'agit en général d'exercices de rédaction rapides réalisés seul ou en groupe avec le soutien du professeur et évalués sur 10.

Le quadrimestre est aussi ponctuellement jalonné de tests théoriques ou d'analyses qui s'ajouteront également à la note du travail journalier.

L'examen écrit prévu en janvier constitue le résumé des savoirs et savoir-faire acquis à l'occasion des travaux quotidiens.

Pondérations

	Q1	Q2	Q3

	Modalités	%	Modalités	%	Modalités	%
production journalière	Trv	60				
Période d'évaluation	Exe	40			Exe	100

Trv = Travaux, Exe = Examen écrit

Dispositions complémentaires

- Le travail journalier n'est ni dispensatoire, ni récupérable, la fréquentation au cours est donc obligatoire, 3 dates de remise seront arrêtées pendant le quadrimestre afin de permettre à l'étudiant de planifier son travail de manière autonome.
- Les exercices réalisés au cours du quadrimestre préparent à l'épreuve qui clôture la période. Celle-ci pourra être représentée en juin, moyennant donc 40% de la note globale.
- En cas d'échec pour le travail journalier l'étudiant(e) pourra remettre en jeu 100% de la note totale à l'occasion de la session de septembre, s'exposant alors à une épreuve plus complète.
- Pendant le quadrimestre, le non respect des dates de remise entraînera un retrait de 3 points sur 20 par jour de retard.
- La section pratique l'arrondi mathématique pour l'évaluation des 3 périodes.
- Pendant les sessions, tout étudiant retardataire sera envoyé à la Direction.

Référence au REE

Toute modification éventuelle en cours d'année ne peut se faire qu'exceptionnellement et en accord avec le Directeur de Catégorie ou son délégué et notifiée par écrit aux étudiants (article 10 du Règlement des études).

Bachelier en Publicité Option Médias contemporains

HELHa Mons - Campus 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

UE 11 Français 2			
Code	ARPB1B11FRAN	Caractère	Obligatoire
Bloc	1B	Quadrimestre(s)	Q2
Crédits ECTS	2 C	Volume horaire	24 h
Coordonnées des responsables et des intervenants dans l'UE	Aurélié SABUREGEYA (aurelie.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 publicitaires 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:

- Maîtriser le langage professionnel de la rédaction publicitaire.
- Comprendre les mécanismes de communication en jeu dans les publicités imprimées.
- Rédiger des textes publicitaires efficaces pour les supports classiques (affichage, presse magazine, presse quotidienne).

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 les activités d'apprentissage suivantes :

ARPB1B11FRANA Français 2

24 h / 2 C

Contenu

- Introduction aux théories de la communication.
- Analyses de publicités.
- Théorie de la rédaction publicitaire.
- Exercices de rédaction publicitaire 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 sont reproduits au tableau et font l'objet d'une analyse et d'une correction complète par l'ensemble de la classe.

Ouvrages de référence

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.

Supports

Notes de cours et énoncés d'exercices imprimés distribués en classe, également disponibles sur la plateforme Connected.

4. Modalités d'évaluation

Principe

La présence au cours est obligatoire puisque la plupart des séances font l'objet d'un exercice noté. Il s'agit en général d'exercices de rédaction rapides réalisés seul ou en groupe avec le soutien du professeur et évalués sur 10.

Le quadrimestre est aussi ponctuellement jalonné de tests théoriques ou d'analyses qui s'ajouteront également à la note du travail journalier.

L'examen écrit prévu en juin constitue le résumé des savoirs et savoir-faire acquis à l'occasion des travaux quotidiens.

Pondérations

	Q1		Q2		Q3	
	Modalités	%	Modalités	%	Modalités	%
production journalière			Trv	60		
Période d'évaluation			Exe	40	Exe	100

Trv = Travaux, Exe = Examen écrit

Dispositions complémentaires

- Le travail journalier n'est ni dispensatoire, ni récupérable, la fréquentation au cours est donc obligatoire, 3 dates de remise seront arrêtées pendant le quadrimestre afin de permettre à l'étudiant de planifier son travail de manière autonome.
- Les exercices réalisés au cours du quadrimestre préparent à l'épreuve qui clôture la période.
- En cas d'échec pour le travail journalier, l'étudiant(e) pourra remettre en jeu 100% de la note totale à l'occasion de la session de septembre, s'exposant alors à une épreuve plus complète.
- Pendant le quadrimestre, le non respect des dates de remise entraînera un retrait de 3 points sur 20 par jour de retard.
- 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 REE

Toute modification éventuelle en cours d'année ne peut se faire qu'exceptionnellement et en accord avec le Directeur de Catégorie ou son délégué et notifiée par écrit aux étudiants (article 10 du Règlement des études).

Bachelier en Publicité Option Médias contemporains

HELHa Mons - Campus 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

UE 12 Dessin 1			
Code	ARPB1B12DESS	Caractère	Obligatoire
Bloc	1B	Quadrimestre(s)	Q1Q2
Crédits ECTS	12 C	Volume horaire	144 h
Coordonnées des responsables et des intervenants dans l'UE	Jean-Pol DELALIEUX (jean-pol.delalieux@helha.be) Véronique PRZYBYSZEWSKI (veronique.przybyszewski@helha.be)		
Coefficient de pondération	120		
Cycle et niveau du Cadre Francophone de Certification	bachelier / niveau 6 du CFC		
Langue d'enseignement et d'évaluation	Français		

2. Présentation

Introduction

Cette unité d'enseignement vise à sensibiliser l'étudiant au dessin, par une éducation de l'oeil et l'apprentissage de différentes techniques graphiques adaptées au publicitaire.

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
 - 1.1.5 Acquérir et développer son esprit critique
- 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

Acquis d'apprentissage visés

Au terme de l'unité d'enseignement, il est attendu que l'étudiant démontre sa capacité à :

- Restituer la perspective et le volume
- Donner du volume par le jeu des ombres et des lumières
- Acquérir et développer son esprit critique, par la comparaison de sa retranscription des modèles
- Développer sa sensibilité et son sens esthétique par la maîtrise de diverses techniques
- Montrer son sens de l'esthétisme
- D'être rapide, percutant, simple mais toujours compréhensible dans la traduction d'une idée.

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 les activités d'apprentissage suivantes :

ARPB1B12DESSA Dessin
ARPB1B12DESSB Layout

96 h / 8 C
48 h / 4 C

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

4. Modalités d'évaluation

Les 120 points attribués dans cette UE sont répartis entre les différentes activités de la manière suivante :

ARPB1B12DESSA Dessin	80
ARPB1B12DESSB Layout	40

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 présence au cours est obligatoire.

En cas de note inférieure à 8/20 dans une activité d'apprentissage, cette note devient la note de l'UE

Référence au REE

Toute modification éventuelle en cours d'année ne peut se faire qu'exceptionnellement et en accord avec le Directeur de Catégorie ou son délégué et notifiée par écrit aux étudiants (article 10 du Règlement des études).

Bachelier en Publicité Option Médias contemporains

HELHa Mons - Campus 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

Dessin			
Code	2_ARPB1B12DESSA	Caractère	Obligatoire
Bloc	1B	Quadrimestre(s)	Q1Q2
Crédits ECTS	8 C	Volume horaire	96 h
Coordonnées du Titulaire de l'activité et des intervenants	Jean-Pol DELALIEUX (jean-pol.delalieux@helha.be)		
Coefficient de pondération	80		
Langue d'enseignement et d'évaluation	Français		

2. Présentation

Introduction

Le cours vise à éduquer le regard de l'étudiant, qu'il puisse traduire en graphisme les perspectives visuelles, qu'il puisse saisir les justes proportions d'un modèle, ses lignes directrices, son mouvement d'ensemble, qu'il puisse percevoir les raccourcis, les jeux d'ombre et de lumière dans la restitution du volume, dans ses créations, dans ses retouches d'images.

Objectifs / Acquis d'apprentissage

A l'issue du cours, l'étudiant sera capable de :

- Trouver la ligne d'horizon tant dans un document photo que dans une illustration,
- transcrire textes, objets ou personnages mis à sa disposition,
- donner du volume par le jeu des ombres et des lumières et par comparaison avec les modèles, acquérir et développer son esprit critique,
- développer sa sensibilité et son sens esthétique par la maîtrise de diverses techniques de croquis (crayon mine de plomb, crayon blanc, fusain, sanguine, technique aux 2 crayons, stylo bille...)

3. Description des activités d'apprentissage

Contenu

Education de l'oeil par le travail avec les espaces négatifs, la ligne de contour pur ;

Prise de mesures et utilisation de repères, lignes d'aplomb et de niveaux pour structurer tant le personnage que les objets dans l'espace

Etude du personnage dans différentes attitudes

Etudes de quadrilatères et de cercles en perspective frontale et oblique

Etude de la lumière et des ombres

Etude de détails anatomiques (visage, main, pied)

Compréhension et élaboration de la construction de la tête

Démarches d'apprentissage

Ateliers

Expérimentation

Exercices pratiques et variés utilisant différentes techniques graphiques.

Dispositifs d'aide à la réussite

A l'entame de l'année, tous les étudiants réaliseront un croquis « test » d'une composition reprenant au moins des mannequins, un quadrilatère, un objet comportant un cercle.

Cette composition sera redessinée après 6, 12 et 24 semaines, offrant 4 instantanés de l'évolution de l'étudiant. Ces dessins devront figurer à la suite l'un de l'autre, dans la farde des étudiants.

Au terme des 12 premières semaines, l'étudiant remettra une farde reprenant au min.18 travaux représentant 18 cours et les 2 compositions « test »

Au terme des 24 semaines, l'étudiant remettra une farde reprenant au min.36 travaux représentant 36 cours et les 3 compositions « test »

l'étudiant remettra son carnet de croquis

Des tutorats, de la remédiation seront organisés au plus tard après les évaluations de novembre.

Ouvrages de référence

Arcas, S., Gonzalez, I., Arcas, JF. (2004) Et si j'apprenais ... la perspective. Place des Victoires.

Bammes, G. (1991). L'étude du corps humain. Paris :Dessain et Tolra

Bodson, B. (1991). Les clés du dessin. Ulisséditions.

Dessain et Tolra. (1985). Dessiner les personnages. Paris : Bru.

Ducourant, B. (1989). L'art du dessin enseigné par les maîtres. Paris : Bordas.

Edwards, B. (2004). Dessiner grâce au cerveau droit. Pierre Mardaga

Martin, J. (2003). L'art du croquis. Maxi-Livres.

Metzeger, P. (1988). La perspective sans peine. Evergreen.

Parramon, JM. (2000). Comment dessiner en perspective. Dessin et Tolra.

Parrens, L. (1993). Traité de perspective d'aspect.Eyrolles

Stanton, J. (1999). L'art du monde vivant. Coll. Techniques de l'art.

Suffudt, M. (1990). Les secrets du croquis. Fleurus Idées

Supports

Livres et manuels

Matériel didactique

Syllabus

4. Modalités d'évaluation

Principe

En cas de seconde session, la note du travail journalier reste acquise. Seule la note de l'atelier est remise en jeu.

La présence au cours est obligatoire.

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 80

Dispositions complémentaires

Pendant le quadrimestre, le non respect des dates de remise entraînera un retrait de 3 points sur 20 par jour de retard.

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

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

Référence au REE

Toute modification éventuelle en cours d'année ne peut se faire qu'exceptionnellement et en accord avec le Directeur de Catégorie ou son délégué et notifiée par écrit aux étudiants (article 10 du Règlement des études).

Bachelier en Publicité Option Médias contemporains

HELHa Mons - Campus 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

Layout			
Code	2_ARPB1B12DESSB	Caractère	Obligatoire
Bloc	1B	Quadrimestre(s)	Q1Q2
Crédits ECTS	4 C	Volume horaire	48 h
Coordonnées du Titulaire de l'activité et des intervenants	Véronique PRZYBYSZEWSKI (veronique.przybyszewski@helha.be)		
Coefficient de pondération	40		
Langue d'enseignement et d'évaluation	Français		

2. Présentation

Introduction

Cette activité d'apprentissage permet aux étudiants d'**expérimenter et de s'approprier la technique des marqueurs** à alcool (premier outil de base propre aux publicitaires pour la traduction de leurs idées et concepts) sur base de documents photographiques décalqués ou pas (objets, végétaux, animaux, paysages...) **au service d'un dessin simplifié intelligemment**

Objectifs / Acquis d'apprentissage

A l'issue du cours, l'étudiant sera capable de (d'):

- analyser les valeurs d'ombre pour retransposer le volume d'objets divers, de personnages dans un temps donné. Le tout dans un souci de cohérence visuelle.
- copier des dessins issus de bandes dessinées d'artistes contemporains.
- travailler de manière fluide, spontanée dans le tracé du marqueur.
- être percutant, simple mais toujours compréhensible dans la traduction d'une idée.
- choisir des symboles graphiques et visuels cohérents pour bien faire passer ses idées.
- respecter les délais/timings imposés pour l'exécution des dessins.
- travailler avec soin. Et rigueur.
- gérer son organisation ou s'auto-gérer.

3. Description des activités d'apprentissage

Contenu

Développement du sens de l'observation, du travail d'analyse et de synthèse.

Démarches d'apprentissage

Atelier - exercices pratiques et variés.

En faisant découvrir également différents styles graphiques contemporains de dessinateurs de BD (notamment), le cours vise par le biais d'exercices pratiques à favoriser une "patte" ou signature personnelle dans l'exécution des roughs.

Maîtrise de la technique des marqueurs par le copiage de dessins réalisés aux marqueurs dans un premier temps.

Ensuite, interprétation personnelle et transposition simplifiée et explicite de documents photographiques, sous forme graphique.

Dispositifs d'aide à la réussite

Une évaluation formative est prévue en novembre qui permet à l'étudiant de rectifier ou refaire ses premiers travaux pour une évaluation définitive des travaux du premier semestre en janvier.

Au second quadrimestre, les exercices seront exécutés essentiellement en classe, contrairement au premier semestre. Et lorsqu'un étudiant est absent à sa séance hebdomadaire, il peut se rattrapper pour la réalisation de l'exercice manqué en s'insérant dans un autre groupe. Mais uniquement pour raison médicale (copie du CM remis en même temps que le travail). Cette possibilité est offerte aussi aux étudiants désireux d'améliorer leur note.

Des séances de tutorat sont organisées également pour les étudiants en difficulté.

Ouvrages de référence

Cadène, Th. Les autres gens. Italie : Dupuis.

Krisztian, G. et Schlempp-Ülker, N.(2006). Croquis au marqueur : de l'idée au rough. Paris : Eyrolles.

Equipe éditoriale Parramon. (2003) Initiation aux feutres. Les techniques du peintre n°13. Fleurus.

Supports

Livres et manuels.

Matériel didactique(photocopies, dessins, démonstration...)

4. Modalités d'évaluation

Principe

En cas de deuxième session, la note du travail journalier reste acquise. Seule la note de l'atelier est concernée.

La présence au cours est obligatoire.

Pondérations

	Q1		Q2		Q3	
	Modalités	%	Modalités	%	Modalités	%
production journalière	Evc	60	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 40

Dispositions complémentaires

Pendant le quadrimestre, le non respect des dates de remise entraînera un retrait de 3 points sur 20 par jour de retard.

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

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

Référence au REE

Toute modification éventuelle en cours d'année ne peut se faire qu'exceptionnellement et en accord avec le Directeur de Catégorie ou son délégué et notifiée par écrit aux étudiants (article 10 du Règlement des études).