

Bachelier en Relations publiques

HELHa Campus Montignies 136 Rue Trieu Kaisin 6061 MONTIGNIES-SUR-SAMBRE		
Tél : +32 (0) 71 20 27 90	Fax : +32 (0) 71 30 48 79	Mail : eco.montignies@helha.be

1. Identification de l'Unité d'Enseignement

UE RP205 Relations Presse			
Code	ECRP2B05RP205	Caractère	Obligatoire
Bloc	2B	Quadrimestre(s)	Q1
Crédits ECTS	4 C	Volume horaire	48 h
Coordonnées des responsables et des intervenants dans l'UE	Carole MICHEL (carole.michel@helha.be) Yvan SCOYS (yvan.scoys@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

Les métiers de la communication et parmi eux, les professions de Relations publiques, exigent de connaître le paysage médiatique. Cette unité d'enseignement propose de découvrir, d'appréhender, d'analyser, de critiquer et travailler avec les médias. Historique, découverte, immersion et production dans les domaines des médias (presse et audiovisuel) et de la publicité sont au programme de cette unité d'enseignement

L'étudiant devra faire preuve de l'acquisition de sa connaissance des médias belges (et de certains étrangers). Il devra faire preuve d'une curiosité pour les sciences de l'information et de l'actualité. Il devra augmenter sa culture générale et sa culture médiatique afin de connaître et les partenaires de RP. Il pourra analyser et productions médiatiques et sera capable d'en produire lui-même. Sa connaissance de la presse et de la publicité devra faire de lui un RP efficace et fiable pour ses futurs employeurs ou associés. Apprendre à utiliser la presse Développer le sens critique et acquérir le recul nécessaire pour travailler avec les médias Connaître les différents médias pour mieux les utiliser dans le cadre de la profession de R.P. Apprendre à rédiger un article. Avec pour but d'être capable de rédiger un communiqué de presse adapté aux besoins des journalistes, Utiliser les outils pour acquérir et / ou développer une culture générale Fournir les données théoriques et pratiques du langage permettant de véhiculer un message positif, Décoder et décrypter les messages publicitaires, Déceler les messages sous-jacents et les stéréotypes utilisés par les publicitaires

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

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

- Compétence 1 **S'insérer dans son milieu professionnel et s'adapter à son évolution**
 - 1.4 Développer une approche responsable, réflexive et critique des pratiques professionnelles, anticiper les évolutions
- Compétence 2 **Communiquer : écouter, informer, conseiller les acteurs, tant en interne qu'en externe, dans un environnement pluriculturel et multilingue**
 - 2.2 Décoder les messages dans leurs différents modes de transmission
 - 2.3 Recueillir, sélectionner, transmettre et expliquer les informations
 - 2.4 Structurer sa pensée et s'exprimer avec pertinence, par écrit et oralement, dans un langage adapté aux différents interlocuteurs
 - 2.5 Négocier, argumenter, persuader
- Compétence 3 **Mobiliser les savoirs et savoir-faire propres aux relations publiques**
 - 3.2 Identifier les réseaux d'information relatifs aux activités de l'organisation et élaborer une fonction de "veille de l'actualité"
 - 3.3 Exploiter les ressources des milieux médiatiques avec les instruments de travail adéquats
 - 3.4 Comprendre et pratiquer activement les différents langages de communication : langues parlées et écrites, langages audiovisuels et multimédia, communication non verbale
 - 3.5 Utiliser et optimiser les techniques et outils de communication ; en suivre les évolutions

Compétence 4 **Analyser les données utiles à la réalisation de sa mission dans une démarche systémique**

4.4 Évaluer l'impact de toute action de communication

Compétence 5 **S'organiser : structurer, planifier, coordonner, gérer de manière rigoureuse les actions et les tâches liées à sa mission**

5.1 Se créer un réseau de relations

Acquis d'apprentissage visés

Au terme de l'unité d'enseignement, il est attendu que l'étudiant, individuellement, soit capable de :

- définir et expliquer le concept de "Relations Presse",
- décrire et expliquer les divers outils des Relations Presse,
- distinguer les différents outils des Relations Presse et de poser un choix stratégique quant à leur utilisation,
- apprendre à utiliser la presse,
- développer le sens critique et acquérir le recul nécessaire pour travailler avec les médias,
- connaître les différents médias pour mieux les utiliser dans le cadre de la profession de RP,
- apprendre à rédiger un article. Avec pour but d'être capable de rédiger un communiqué de presse adapté aux besoins des journalistes,
- utiliser les outils pour acquérir et / ou développer une culture générale,
- fournir les données théoriques et pratiques du langage permettant de véhiculer un message positif,
- décoder et décrypter les messages publicitaires,
- déceler les messages sous-jacents et les stéréotypes utilisés par les publicitaires,
- ...

Liens avec d'autres UE

Prérequis pour cette UE : aucun

Corequis pour cette UE : aucun

3. Description des activités d'apprentissage

Cette unité d'enseignement comprend l(es) activité(s) d'apprentissage suivante(s) :

ECRP2B05RP205· Relations Presse 48h / 4 C

Cette activité d'apprentissage comprend les parties suivantes :

Relations Presse	24 h
Presse et publicité	24 h

Contenu

Table des matières :

- RP et les Relations Presse.
- Le communiqué de presse.
- La conférence de presse.
- Le dossier de presse.
- Les autres outils des Relations Presse.
- Histoire de la presse, des grands groupes de presse, les médias étrangers.
- Analyse du contenu d'un journal (transposition dans les autres médias).
- Revue de presse.
- Les agences de presse : rôle, fonctionnement, localisation, couverture.
- Les différents types d'articles (au sens large du terme et donc dans différents médias).
- Les relations entre Relations publiques et les journalistes (déontologie, état des lieux des médias...).
- Définition et histoire de la publicité.
- Analyse de documents publicitaires.
- Exercices pratiques.
- ...

Concepts-clés : - Relations Presse. - Communiqué de presse. - Conférence de presse. - Dossier de presse. - Fichier de presse. - Revue de presse. - ...

Démarches d'apprentissage

- Cours magistral.
- Approche interactive.
- Supports audiovisuels.
- Étude de cas.
- Analyses (écrits et audio-visuels) de documents publicitaires.
- Recherche de documents publicitaires.
- ...

Dispositifs d'aide à la réussite

Séance de questions-réponses à la demande.

Ouvrages de référence

- BARTHES R., Rhétorique de l'image, éd. du Seuil, 1964.
- CATHELAT B., Publicité et société, éd. Payot, 2001 - CHOUCHAN L., FLAHAUT J.-Fr., Les Relations Publiques, Paris, PUF, 2005 (mise à jour 2009).
- DECAUDIN J.-M., MALAVAL Ph., Pentacom. Communication : théorie et pratique, Paris, Pearson education, 2005.
- DEMONT L., KEMPF À. et. al., Communication des entreprises. Stratégies et pratique, Paris, Nathan, 1996.
- FREUND A. , Journalisme et Mésinformation, éd. La Pensée Sauvage, 1991.
- KAPFERER J.-N., L'identité de marque, Paris, Éditions d'Organisation, s.d.
- LECOQ B., les Relations Publiques, pourquoi? Comment?, Paris, Entreprise moderne, 1970.
- Memorandum de l'AJP, 2004.
- MOULIN M., La Surenchère, éd. Labor, 1997.
- SAUVAGE C., Journaliste :une passion, des métiers, éd. CFPJ, coll. Connaissance des médias, Paris, 1988.
- THOVERON G., Histoire des Médias, Coll. Memo, éd. Seuil, 1997.
- THOVERON G., DELEPELEIRE M., OLYFF M., Les Médias à découvert, éd. Vie Ouvrière, Bruxelles, 1988.
- Vive la Crise, collection, agence LG&F, 2002.
- Diverses conférences,...
- ...

Supports

- Syllabus et portfolio alimenté par l'enseignant et les étudiants.
- Notes de cours.
- Sites internet.
- Journaux : présentation, description, analyse, utilisation.
- Revues de presse.
- Statistiques.
- Documents graphiques et audio-visuels publicitaires.
- Visites d'agences et intervenants extérieurs (sous réserve du temps disponible).
- Documents audio-visuels professionnels.
- ...

4. Modalités d'évaluation

Principe

Néant

Pondérations

--	--	--	--

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

Exo = Examen oral

Dispositions complémentaires

Principe général : la note de l'unité d'enseignement est obtenue en effectuant une moyenne arithmétique pondérée des notes finales obtenues lors des évaluations des différentes activités d'apprentissage qui la composent.

Exceptions :

1. En cas de mention CM (certificat médical), ML (motif légitime), PP (pas présenté), Z (zéro), PR (note de présence) ou FR (fraude) dans une des activités d'apprentissage composant l'UE, la mention dont question sera portée au relevé de notes de la période d'évaluation pour l'ensemble de l'UE (quelle que soit la note obtenue pour l'autre/les autres activités d'apprentissage composant l'UE).

N.B. La non-présentation d'une partie de l'épreuve (par exemple un travail) entraînera la mention PP pour l'ensemble de l'activité d'apprentissage, quelles que soient les notes obtenues aux autres parties de l'évaluation.

Le principe général et les exceptions en matière de pondération des activités d'apprentissage de l'UE et de notation restent identiques quelle que soit la période d'évaluation.

Référence au RGE

En cas de force majeure, une modification éventuelle en cours d'année peut être faite en accord avec le Directeur de département, et notifiée par écrit aux étudiants. (article 67 du règlement général des études 2019-2020).