

Bachelier en Relations publiques

HELHa Campus Montignies 136 Rue Trieu Kaisin 6061 MONTIGNIES-SUR-SAMBRE			
Tél : +32 (0) 71 15 98 00	Fax :	Mail : eco.montignies@helha.be	

1. Identification de l'Unité d'Enseignement

UE RP209 Communication numérique			
Ancien Code	ECRP2B09RP209	Caractère	Obligatoire
Nouveau Code	CORP2090		
Bloc	2B	Quadrimestre(s)	Q1
Crédits ECTS	4 C	Volume horaire	48 h
Coordonnées des responsables et des intervenants dans l'UE	Eve BOIDRON (boidrone@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

Cette unité d'enseignement a pour objectif d'aborder l'ensemble des actions visant à diffuser efficacement des messages par le biais d'un média numérique.

Le parcours englobera l'étude des marques et la création de l'identité et de l'image d'une nouvelle marque, les nouveaux défis du brand content, la création de contenu et l'utilisation des nouveaux outils de communication.

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**

- 1.1 Travailler, tant en autonomie qu'en équipe, dans le respect de la culture de l'entreprise
- 1.2 Collaborer à la résolution de projets et problèmes complexes avec méthode, rigueur, proactivité et créativité
- 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**

- 2.3 Recueillir, sélectionner, transmettre et expliquer les informations

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"
- 3.4 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**

- 4.1 Assurer la cohérence de l' "image d'entreprise"
- 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**

- 5.2 Mettre en place des stratégies de communication et d'information en adéquation avec les objectifs poursuivis

Acquis d'apprentissage visés

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

- définir, expliquer, décrire les notions d'identité de marque, d'identité visuelle, d'image de marque;
 - définir, comprendre, expliquer les concepts de marque et de (e)-réputation;
 - de comprendre comment ceux-ci s'appliquent sur les sites web et réseaux sociaux;
 - d'appliquer, de critiquer et de produire ces concepts via des cas pratiques;
 - expliquer et décrire les notions fondamentales concernant l'écriture web;
 - expliquer, décrire les fondements de l'écriture pour les moteurs de recherche;
 - interpréter et critiquer des articles web;
 - expliquer, décrire, distinguer, employer les techniques de blogging, storytelling, de gamification et d'écriture journalistique;
 - de détecter et d'interpréter des cas concrets d'utilisation de ces techniques dans le paysage numérique;
 - d'optimiser le référencement naturel d'un site web;
- ...

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) :

ECRP2B09RP209A Brand content, stratégie de contenu et communication digital

48 h / 4 C

Contenu

I) La marque (son positionnement, son identité, son image)

II) L'e-reputation et la présence en ligne

III) Rédiger pour le web

IV) Rédiger pour le mobile

Démarches d'apprentissage

Exercices dirigés en classe.

Travail de groupe.

Cours magistraux.

Dispositifs d'aide à la réussite

Le professeur se tient disponible pour toute demande d'éclaircissement.

Séance questions-réponses.

Sources et références

Grévisse B., (2008) *Ecritures journalistiques, Stratégies rédactionnelles, multimédia et journalisme narratif*, Col. Infocom, De Boeck Supérieur.

Lits M., (2008), *Du récit au récit médiatique*, Col. Infocom, De Boeck Supérieur..

Bennacer S., Kuperman A., Lamouret J., (2022), *Marketing digital : De la conception à la mise en oeuvre opérationnelle*, Col. Les spécialistes du Sup, Vuibert.

Liste non-exhaustive. Toutes les ressources et références utilisées sont précisées lors des séances de cours et reprises dans la présentation Power Power postée sur Connected.

Supports en ligne

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

Modalités opérationnelles, notes de cours, PPT ou autres supports seront déposés sur la plateforme numérique ConnectED au regard de l'AA.

4. Modalités d'évaluation

Principe

Ce cours s'évalue comme suit :

Q1 :

Examen écrit : 80 points

Travail : 20 points

Q3 :

Examen écrit : 100 points

Les modalités opérationnelles seront déposées sur la plateforme numérique ConnectED au regard de l'AA.

Pour les diplômables de janvier : les modalités seront également indiquées sur Connected.

Pondérations

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

Trv = Travaux, Exe = Examen écrit

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, notes obtenues selon les modalités d'évaluation décrites dans la présente fiche ECTS.

Lorsqu'une unité d'enseignement ne contient qu'une activité d'apprentissage, la note de l'unité d'enseignement est la note d'évaluation de cette activité d'apprentissage, note obtenue selon les modalités d'évaluation décrites dans les fiches ECTS de l'activité d'apprentissage.

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

Exceptions :

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).

Référence au RGE

En cas de force majeure, une modification éventuelle en cours d'année peut être faite en accord avec le Directeur adjoint de département, et notifiée par écrit aux étudiants. (article 67 du règlement général des études 2025-2026).

