

Bachelier en communication

HELHa Tournai - Social 16-20 rue de l'Écorcherie 7500 TOURNAI		
Tél : +32 (0) 69 89 05 06	Fax : +32 (0) 69 89 05 04	Mail : social.tournai@helha.be

1. Identification de l'Unité d'Enseignement

UE 06 Axe professionnel 1			
Code	SOCM1B06AXE1	Caractère	Obligatoire
Bloc	1B	Quadrimestre(s)	Q2
Crédits ECTS	8 C	Volume horaire	90 h
Coordonnées des responsables et des intervenants dans l'UE	Christel DELCOIGNE (christel.delcoigne@helha.be) Jean-Louis LANGLAIS (jean-louis.langlais@helha.be) Xavier MOULIGNEAU (xavier.mouligneau@helha.be)		
Coefficient de pondération		80	
Cycle et niveau du Cadre Francophone de Certification		bachelier / niveau 6 du CFC	
Langue d'enseignement et d'évaluation		Français	

2. Présentation

Introduction

Néant

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

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

Compétence 1 **Établir une communication professionnelle**

- 1.2 Adopter un comportement adéquat par rapport à la situation et à son interlocuteur
- 1.3 Avoir le sens de l'écoute et être ouvert au dialogue
- 1.4 Faire preuve de maîtrise de soi et respecter son interlocuteur
- 1.5 Comprendre et utiliser au moins une langue étrangère

Compétence 2 **Interagir avec son milieu professionnel**

- 2.1 Comprendre les concepts, le vocabulaire et les codes professionnels
- 2.2 Connaître et utiliser les techniques inhérentes aux professions visées
- 2.3 Établir et respecter des conventions

Compétence 3 **Inscrire sa pratique dans une réflexion critique, citoyenne et responsable**

- 3.1 Identifier et s'approprier les valeurs et les règles déontologiques propres à chaque métier de l'information et de la communication
- 3.2 Mesurer les enjeux de ses pratiques professionnelles
- 3.4 Analyser une situation en tenant compte de son contexte (social, politique, culturel, ...)

Compétence 4 **Mobiliser des savoirs généraux et spécifiques aux domaines de l'information, de la communication, à l'univers des médias et de la culture**

- 4.1 Développer sa culture générale et entretenir sa connaissance de l'actualité
- 4.2 Comprendre le fonctionnement (sociologique, économique, historique, culturel et politique) des domaines de l'information, de la communication, des médias et de la culture
- 4.3 Utiliser des méthodes d'analyse spécifiques aux domaines de l'information, de la culture

Compétence 5 **Informier, sensibiliser et divertir dans les domaines de l'information, de communication, des médias et de la culture**

- 5.2 Identifier les publics-cibles et leurs besoins spécifiques
- 5.4 Maîtriser les outils de communication oraux, écrits, audiovisuels et interactifs et les codes liés à la communication non-verbale

Compétence 6 **Gérer un projet de communication et d'information dans sa globalité**

- 6.1 Concevoir et exploiter des stratégies de communication
- 6.2 Mettre sa créativité au service de ses actions

- 6.3 Rédiger un cahier des charges et prendre en compte le coût et le financement d'un projet de communication
- 6.5 Construire des plans de communication adaptés tant au niveau interne qu'externe
- 6.6 Assurer le rôle d'interface auprès des professionnels de différents secteurs
- 6.7 Mobiliser des outils d'évaluation

Acquis d'apprentissage visés

Les acquis d'apprentissage sont expliqués dans les fiches des AA correspondantes.

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) :

SOCM1B06AS	Animation socioculturelle	30 h / 2 C
SOCM1B06JOURN	Journalisme	30 h / 3 C
SOCM1B06RP	Relations publiques/Publicité	30 h / 3 C

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

4. Modalités d'évaluation

Les 80 points attribués dans cette UE sont répartis entre les différentes activités de la manière suivante :

SOCM1B06AS	Animation socioculturelle	20
SOCM1B06JOURN	Journalisme	30
SOCM1B06RP	Relations publiques/Publicité	30

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

Principe général :

La note de l'UE est obtenue en effectuant une moyenne pondérée des notes obtenues pour les évaluations des différentes activités d'apprentissage qui la composent. La note de l'UE est alors arrondie à « .5 » ou au nombre entier.

Exceptions après délibération du jury :

Cependant, en cas d'échec à 8/20 (ou inférieur à 8/20) dans une activité d'apprentissage composant l'UE et/ou dès que 2 échecs sont constatés – quelle que soit l'ampleur des échecs, le jury pourrait décider de ne pas valider l'unité d'enseignement.

En cas de mention CM (certificat médical), ML (motif légitime), PP (pas présenté), 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).

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.

Dans l'hypothèse où décision est prise par le jury de valider l'UE malgré la note d'échec, la moyenne pondérée des notes obtenues pour les évaluations des différentes activités d'apprentissage qui composent l'UE est alors actée conformément à l'article 140 du Décret Paysage.

1) Evaluation du 1er quadrimestre (janvier) et modalités d'examens du 2e quadrimestre (juin)

Cas n°1 : pour une UE organisée uniquement pendant le premier quadrimestre, dans l'hypothèse où la note globale obtenue en janvier pour l'unité d'enseignement n'atteint pas 10/20, l'étudiant a le choix soit de NE PAS représenter l'évaluation de cette activité d'apprentissage en juin et de maintenir ainsi la note d'échec ; soit de REMETTRE EN JEU cette note en représentant l'évaluation en juin. La note obtenue en juin annulera et remplacera celle de janvier, quelle qu'elle soit.

Cas n°2 : pour une UE organisée sur les 2 quadrimestres, dans l'hypothèse où une note partielle de janvier relative à une des activités d'apprentissage n'atteint pas 10/20 en juin, l'étudiant a le choix soit de NE PAS représenter cette note partielle de janvier; soit de REMETTRE EN JEU cette note partielle en représentant l'évaluation en juin. La note

obtenue en juin annulera et remplacera celle de janvier, quelle qu'elle soit.

Cas n°3 : pour une (ou les) activité(s) d'apprentissage de l'UE pour la(les)quelle(s) l'étudiant a obtenu en janvier une mention CM, PP, Z, PR ou FR: l'étudiant doit (re)présenter l'évaluation correspondant à cette activité d'apprentissage en juin.

Cas n°4 : pour une note de 10/20 ou plus: l'étudiant voit cette note maintenue pour la période d'évaluation de juin (sauf s'il fait le choix de renoncer à cette note, en envoyant un mail à la direction ou son délégué dans les 3 jours ouvrables suivant la notification des résultats, et ce dans la perspective de la réussite de l'UE). La note obtenue en juin annulera et remplacera celle de janvier, quelle qu'elle soit.

2) Evaluation de 2e quadrimestre (juin) et modalités d'examens du 3e quadrimestre (septembre)

Dans l'hypothèse où la délibération du jury de juin n'a pas validé l'ensemble de l'UE, pour l'(ou les) activité(s) d'apprentissage pour la(les)quelle(s) l'étudiant a obtenu :

cas n°1 : une mention CM, PP, Z, PR ou FR : l'étudiant doit OBLIGATOIREMENT (re)présenter l'évaluation correspondant à cette activité d'apprentissage.

cas n°2 : une note inférieure à 10/20: l'étudiant doit OBLIGATOIREMENT représenter en septembre l'évaluation correspondant à cette activité d'apprentissage. Si l'étudiant ne présente pas la note inférieure à 10/20, l'activité d'apprentissage (et par extension l'UE) fera l'objet d'une mention PP (cf. supra point 3 des exceptions).

cas n°3 : une note de 10/20 ou plus: l'étudiant voit cette note maintenue pour la période d'évaluation de septembre (sauf s'il fait le choix de renoncer par écrit à cette note, en envoyant un mail à la direction ou son délégué dans les 3 jours ouvrables suivant la proclamation des résultats, et ce dans la perspective de la réussite de l'UE). La note obtenue en septembre annulera et remplacera celle de juin, quelle qu'elle soit.

Les formes d'évaluation et les dispositions particulières des différentes activités d'apprentissage sont reprises dans les fiches descriptives jointes.

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 communication

HELHa Tournai - Social 16-20 rue de l'Écorcherie 7500 TOURNAI
Tél : +32 (0) 69 89 05 06 Fax : +32 (0) 69 89 05 04

Mail : social.tournai@helha.be

1. Identification de l'activité d'apprentissage

Animation socioculturelle			
Code	23_SOCM1B06AS	Caractère	Obligatoire
Bloc	1B	Quadrimestre(s)	Q2
Crédits ECTS	2 C	Volume horaire	30 h
Coordonnées du Titulaire de l'activité et des intervenants	Jean-Louis LANGLAIS (jean-louis.langlais@helha.be)		
Coefficient de pondération		20	
Langue d'enseignement et d'évaluation		Français	

2. Présentation

Introduction

Animation socioculturelle : matière générale.

1. Etablir une communication professionnelle
 - Adopter un comportement adéquat par rapport à la situation et à son interlocuteur
 - Avoir le sens de l'écoute et être ouvert au dialogue
2. Interagir avec son milieu professionnel
 - Comprendre les concepts, le vocabulaire et les codes professionnels
 - Connaître et utiliser les techniques inhérentes aux professions visées
3. Inscrire sa pratique dans une réflexion critique, citoyenne et responsable
 - Mesurer les enjeux de ses pratiques professionnelles
4. Mobiliser des savoirs généraux et spécifiques aux domaines de l'information, de la communication, à l'univers des médias et de la culture
 - Comprendre le fonctionnement (sociologique, économique, historique, culturel et politique) des domaines de l'information, de la communication, des médias et de la culture
 - Utiliser des méthodes d'analyse spécifiques aux domaines de l'information, de la communication, de l'univers des médias et de la culture
5. Informer, sensibiliser dans les domaines de l'information, de la communication, des médias et de la culture
 - Identifier les publics-cibles et leurs besoins spécifiques
6. Gérer un projet de communication et d'information dans sa globalité
 - Mettre sa créativité au service de ses actions
 - Mobiliser des outils d'évaluation

Objectifs / Acquis d'apprentissage

À l'issue du cours, l'étudiant(e) sera capable de :

d'émettre un point de vue structuré à propos de la lecture de la représentation théâtrale, d'une exposition

3. Description des activités d'apprentissage

Contenu

- . Comprendre l'étendue du champ socioculturel et de ses débouchés professionnels.
- . Percevoir l'enjeu de l'éducation permanente dans le développement des actions du champ socioculturel.
- . Le droit culturel, les politiques culturelles de la Fédération Wallonie Bruxelles.
- . Quelles sont les sources du droit à la culture ? Quels sont les éléments constitutifs du droit à la culture ? Les valeurs du droit à la culture et les fondements de l'action publique des centres culturels, des bibliothèques, des centres de

jeunes, des centres d'expression et de créativité, des mouvements d'éducation permanente. Présentation des différents décrets

- . Notions de base : éducation permanente, démocratisation de la culture, démocratie culturelle. L'animation socioculturelle. Évolution, actualité et citoyenneté.
- . Notions art, culture et patrimoine. L'offre culturelle en Wallonie Picarde (arts de la scène , arts plastiques, festival, bibliothèque, patrimoine, musée...)
- . Diversité des métiers de la culture. La notion de projet.
- . Le métier d'animateur : animer un public, animer un projet, animer un espace et /ou une structure.
- . Outils pratiques de la profession (type de réunion, rôle de l'animateur, sa fonction, ses missions...)
- Notions art, patrimoine mobilier, immobilier et immatériel
- Les grands principes de l'animation socioculturelle et de la médiation culturelle et artistique
- La lecture de la représentation théâtrale
- Les lieux de représentation théâtrale en Communauté française, les grands courants de la création théâtrale en Communauté française, les grands metteurs en scène
- . Glossaire culturel : acculturation, accord culturel, contre culture, culture populaire, culture de masse, culture dominante, événementiel, une définition de la culture, lecture de la représentation théâtrale ...

Démarches d'apprentissage

- . Cours théoriques.
 - . Recherches et travaux écrits.
 - . Visites d'Institutions culturelles. Visites d'expositions. Visionnement de spectacles des Arts de la Scène.
- Présentation PowerPoint
Notes et documentation postées sur Connected
Accompagnement personnalisé de l'enseignant pour les étudiants qui en font la demande.

Une approche de terrain permet de compléter l'approche théorique, via l'organisation d'une semaine dite professionnelle et interdisciplinaire (février 2019) : rencontre de professionnels, analyse de situations précises, travail en équipe.

Dispositifs d'aide à la réussite

Rappel de la matière vue au cours précédent. Approche interactive
Accompagnement personnalisé de l'enseignant pour les étudiants qui en font la demande.

Ouvrages de référence

Abécédaire des arts et de la culture : Christian Ruby - Culture & société
Le théâtre à travers les âges : Magali Wiéner - Castor doc
La lecture du spectacle théâtral : Louise Vigeant - Mondia
L'animation professionnelle. JP AUGUSTIN, JC GILLET. L'Harmattan.
Communauté Bruxelles Wallonie. Quelles politiques culturelles? A. DEWASSEIGE. Quorum.
Éducation populaire et puissance d'agir. C. MAUREL. L'Harmattan.
Une nouvelle utopie culturelle en marche ? J. HURSTEL. L'Attribut.
Jeux de la créativité. Réflexions et Perspectives. Fédération Wallonie Bruxelles.

Supports

Supports :
Note de cours
Présentation Powerpoint
Syllabus
Références :
Sites internet
Matériel média

4. Modalités d'évaluation

Principe

Examen écrit basé sur la connaissance de la théorie et sur l'analyse de cas vus en classe.

Travail faisant l'objet d'une évaluation intégrée avec les AA suivantes : Animation socioculturelle, Journalisme.
Le cours de néerlandais de l'UE09 participe également à cette épreuve intégrée.

Pondérations

	Q1		Q2		Q3	
	Modalités	%	Modalités	%	Modalités	%
production journalière			Trv	25	Trv	25
Période d'évaluation			Exe	75	Exe	75

Trv = Travaux, Exe = Examen écrit

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

Dispositions complémentaires

En cas de certificat médical le jour de l'évaluation finale, l'épreuve peut éventuellement être représentée dans le cadre de la session si cela est possible du point de vue matériel et planification. En cas d'examen non présenté, l'UE ne peut être validée.

Pour la partie TRAVAUX (évaluation intégrée), les modalités seront expliquées au cours. Cette "production journalière" n'est pas récupérable, s'agissant entre autres d'un travail de groupe. Dès lors, la note est d'office reportée au Q3. En cas d'absence non légitime pour cette partie intégrée, il y aura un PP (absorbant). En cas de certificat médical valable et remis dans les temps (voir le REE), la note de l'étudiant se jouera uniquement sur l'examen écrit, qui vaudra dès lors 100% de la note.

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 communication

HELHa Tournai - Social 16-20 rue de l'Écorcherie 7500 TOURNAI
Tél : +32 (0) 69 89 05 06 Fax : +32 (0) 69 89 05 04

Mail : social.tournai@helha.be

1. Identification de l'activité d'apprentissage

Journalisme			
Code	23_SOCM1B06JOURN	Caractère	Obligatoire
Bloc	1B	Quadrimestre(s)	Q2
Crédits ECTS	3 C	Volume horaire	30 h
Coordonnées du Titulaire de l'activité et des intervenants	Xavier MOULIGNEAU (xavier.mouligneau@helha.be)		
Coefficient de pondération	30		
Langue d'enseignement et d'évaluation	Français		

2. Présentation

Introduction

Donner aux étudiants un aperçu du secteur de la presse en Belgique, plus particulièrement dans la Fédération Wallonie-Bruxelles, ainsi qu'en France. Le cours s'articule autour de la typologie des médias, à savoir : la presse écrite quotidienne, la presse magazine, la radio, la télévision, Internet et les réseaux sociaux. Les questions liées à la structure de propriété des médias sera abordée, de même que la concentration dans le secteur, les chiffres liés à l'audience, au lectorat, à la diffusion payante des différents acteurs en présence. On abordera également les questions liées à l'indépendance de la presse.

Objectifs / Acquis d'apprentissage

2° Interagir avec son milieu professionnel

Comprendre les concepts, le vocabulaire et les codes professionnels

- Connaître et utiliser les techniques inhérentes aux professions visées

3° Inscrire sa pratique dans une réflexion critique, citoyenne et responsable

- Mesurer les enjeux de ses pratiques professionnelles

5° Informer, sensibiliser et divertir dans les domaines de l'information, de la communication, des médias et de la culture

- Recourir à diverses sources d'information, les recouper et synthétiser les contenus
- Identifier les publics-cibles et leurs besoins spécifiques
- Sélectionner et vulgariser l'information utile et adaptée au public visé
- Maîtriser les outils de communication oraux, écrits, audiovisuels et interactifs et les codes liés à la communication non-verbale
- Utiliser le langage spécifique du média concerné pour assurer le traitement et la diffusion de l'information
- Utiliser les différentes techniques d'écriture liées à l'information et à la communication

3. Description des activités d'apprentissage

Contenu

Cours magistral avec de nombreux exemples en lien avec l'actualité

+ distribution d'un syllabus illustré de nombreuses coupures de presse en lien avec les notions abordées

Démarches d'apprentissage

Des notes de synthèse sont distribuées aux étudiants + études de cas à partir d'un ensemble de documents types. Une approche de terrain permet de compléter l'approche théorique, via l'organisation d'une semaine dite

professionnelle et interdisciplinaire (février 2019) : rencontre de professionnels, analyse de situations précises, travail en équipe.

Dispositifs d'aide à la réussite

Après l'examen écrit, une consultation des copies sera proposée aux étudiants

Ouvrages de référence

Néant.

Supports

Syllabus et notes de cours.

4. Modalités d'évaluation

Principe

Examen écrit basé sur la connaissance de la théorie et sur l'analyse de cas pratiques.

Travail faisant l'objet d'une évaluation intégrée avec les AA suivantes : Animation socioculturelle, Journalisme.

Le cours de néerlandais de l'UE09 participe également à cette épreuve intégrée.

Pondérations

	Q1		Q2		Q3	
	Modalités	%	Modalités	%	Modalités	%
production journalière			Trv	25	Trv	25
Période d'évaluation			Exe	75	Exe	75

Trv = Travaux, Exe = Examen écrit

La pondération de cette activité d'apprentissage au sein de l'UE dont elle fait partie vaut 30

Dispositions complémentaires

Pour la partie TRAVAUX (évaluation intégrée), les modalités seront expliquées au cours. Cette "production journalière" n'est pas récupérable, s'agissant entre autres d'un travail de groupe. Dès lors, la note est d'office reportée au Q3. En cas d'absence non légitime pour cette partie intégrée, il y aura un PP (absorbant). En cas de certificat médical valable et remis dans les temps (voir le REE), la note de l'étudiant se jouera uniquement sur l'examen écrit, qui vaudra dès lors 100% de la note.

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 communication

HELHa Tournai - Social 16-20 rue de l'Écorcherie 7500 TOURNAI
Tél : +32 (0) 69 89 05 06 Fax : +32 (0) 69 89 05 04

Mail : social.tournai@helha.be

1. Identification de l'activité d'apprentissage

Relations publiques/Publicité			
Code	23_SOCM1B06RP	Caractère	Obligatoire
Bloc	1B	Quadrimestre(s)	Q2
Crédits ECTS	3 C	Volume horaire	30 h
Coordonnées du Titulaire de l'activité et des intervenants	Christel DELCOIGNE (christel.delcoigne@helha.be)		
Coefficient de pondération	30		
Langue d'enseignement et d'évaluation	Français		

2. Présentation

Introduction

Ce cours de « Relations publiques et publicité » a pour but d'initier les étudiants à la théorie et à la pratique des outils de communication d'entreprise en interne et en externe. Aucun pré-requis n'est réellement indispensable. Une connaissance de l'anglais est un atout, tout comme une bonne culture générale et une curiosité naturelle pour le monde qui nous entoure (actualités, monde économique, culturel et associatif). Ce cours nécessite de s'intéresser à tout ce qui nous entoure, plus particulièrement l'actualité du monde des entreprises, les media et les réseaux sociaux.

Une semaine dite "professionnelle" et interdisciplinaire aura lieu au début du Q2. En lien avec les autres AA de l'UE, elle permettra aux étudiants de découvrir le terrain, d'aller à la rencontre des acteurs du secteur et de mener un travail sur les acquis de cette semaine. Ce travail fera l'objet d'une évaluation intégrée.

Objectifs / Acquis d'apprentissage

À l'issue du cours, l'étudiant(e) sera capable de :

- Comprendre ce que sont les Relations publiques et leur place dans la Communication d'entreprise
- Faire la distinction entre les différents outils de communication disponibles aujourd'hui en communication externe, en comprendre les enjeux (cibles, atouts et points faibles) ;
- Proposer un mix communicationnel dans le cadre d'une action de communication bien déterminée en communication externe.

Les notions de base

- Comprendre les bases de la communication de l'entreprise ;
- Appréhender le concept général d'entreprise ;
- Placer la communication d'entreprise dans un contexte économique et d'évolution des marchés ;
- Distinguer les relations publiques de la publicité ; la communication du marketing ; la publicité incitative de la publicité non incitative
- Développer un regard critique par rapport aux campagnes publicitaires (en fonction de l'évolution des mœurs, des valeurs de la société...)
- Faire la distinction entre les outils de la communication environnementale et les techniques de greening et de greenwashing utilisées par certaines enseignes

La communication visuelle, l'identité graphique, le nom et le logo, l'importance de l'image

- Comprendre les bases de la communication visuelle ;
- Identifier et comprendre les concepts suivants : logo, charte graphique, identité graphique, image, valeurs... ;
- Déterminer l'importance des valeurs dans la communication de l'entreprise.

Le plan de communication

- Comprendre ce qu'est un plan de communication ;
- Définir ce qu'est une communication intégrée ;
- Définir le mix communicationnel.

Les différents types de communication : interne et externe

- Appréhender les différents types de communication utilisés par les entreprises en général : publicitaire (produit/marque) ; institutionnelle (visuelle, corporate, de recrutement, de crise, événementielle, financière, scientifique, politique...) ;
- Comprendre les enjeux importants de ces différents types de communication ;
- Comprendre en quoi ces différents types de communication sont complémentaires ; les cibles auxquelles elles s'adressent... ;
- Comprendre ce qu'est la communication environnementale (ses outils, ses enjeux, son importance à l'ère de la RSE : responsabilité sociétale des entreprises)

Les outils de communication en détail

3. Description des activités d'apprentissage

Contenu

Les contenus sont énoncés ici sous forme de capacités spécifiques :

Notions de base

- o Repérer et comprendre les objectifs d'une « publicité » ;
- o Faire la différence entre des publicités « commerciales » et « institutionnelles » et les campagnes de sensibilisation (public awareness campaigns) ;
- o Différencier les 4 différents niveaux de communication ;
- o Analyser des campagnes (publicitaires, commerciales, de sensibilisation, d'information) ;
- o Expliquer la notion de « top topical » ;
- o Comprendre les liens qui unissent les « créatifs » aux chargés de communication ;
- o Définir les « marques, expliquer leur stratégie ;
- o Comprendre les limites de la publicité (réglementations européennes ; notions de publicité trompeuse, mensongère ; éthique publicitaire...) ;
- o Définir ce qu'est la communication d'entreprise ;
- o Définir la place des relations publiques dans la communication de l'entreprise ;
- o Expliquer le rôle et les missions d'un chargé de relations publiques ;
- o Comprendre les liens étroits entre les RP, la publicité et le marketing ;
- o Définir le profil du relationniste ;
- o Comprendre la déontologie des métiers de la communication (questions de droits « à l'image », droits d'auteur, droits intellectuels, copyrights.
- o ...

Communication visuelle

- o Expliquer ce qui fait un bon logo (5 critères) ;
- o Expliquer ce qu'est une politique d'image ;
- o Expliquer les risques inhérents au changement de logo ? D'image ?
- o Expliquer la notion de VALEUR en communication ;
- o Expliquer à quoi sert une charte graphique ; quel est son intérêt ;
- o Définir les trois types d'image que peut avoir une entreprise.
- o ...

Plan de communication

- o Comprendre ce qu'est un mix communicationnel ;
- o Être capable de proposer un mix communicationnel dans un contexte de communication donné.
- o ...

Communication interne et externe, familles de communication

- o Reconnaître/identifier le type de communication qui se cache derrière des documents et être capable d'en donner une définition précise (externe / interne ; institutionnelle / commerciale ; de type média / de type hors-média) ;
- o Identifier et expliquer les objectifs poursuivis par tel ou tel type de communication (sur les court, moyen et long termes) ;
- o Analyser des campagnes de communication (commerciales : produit ou marque ; corporate : institutionnelles ou d'entreprise / financière / environnementale / de crise / scientifique / politique / de recrutement...) et décrypter les retombées attendues ;

- o Comprendre la stratégie derrière la communication de crise : enjeux, limites...
- o Expliquer la notion de Responsabilité sociétale des entreprises ;
- o Expliquer les enjeux des « fondations » créées par les entreprises commerciales ; l'impact en terme d'image ;
- o Comprendre ce qu'est la communication événementielle en entreprise : atouts, enjeux, limites... (sponsoring, mécénat...)
- o Distinguer la communication environnementale des entreprises des campagnes publicitaires « vertes » ; comprendre les concepts de greenwashing, greening.

Les outils de communication en détail

- o Imaginer le mix communicationnel idéal dans le cadre d'une action de communication donnée (en externe), en fonction des cibles à atteindre et des objectifs retenus ;
- o Décliner les objectifs opérationnels de chaque outil du mix communicationnel ;
- o Définir les bases d'un plan d'action de communication ;
- o Comprendre les enjeux des relations presse ; connaître les outils des relations média ;
- o Expliquer ce qu'est un média-planning.

Démarches d'apprentissage

Approche théorique. Méthode magistrale sous forme d'exposés appuyés par des supports visuels (powerpoint). Interactivité via les plages de questions-réponses faisant suite aux nombreux supports (vidéos, documentaires) diffusés en séances.

Etudes de cas et exercices à partir d'un ensemble de documents types (chaque cas permettant de dégager les définitions, objectifs, cibles et utilisations du support).

Des notes de synthèse sont distribuées aux étudiants.

Un cours en ligne permet aux étudiants de se procurer les documents projetés en séances et de retrouver les divers liens (sites web etc.) montrés et commentés en séances.

Une approche de terrain permet de compléter l'approche théorique, via l'organisation d'une semaine dite professionnelle et interdisciplinaire (février 2019) : rencontre de professionnels, analyse de situations précises, travail en équipe.

Dispositifs d'aide à la réussite

Le cours est donné en grand groupe (cours magistral dans lequel l'enseignant délivre des savoirs, montre et commente des documentaires, films, vidéos). Des échanges réguliers sont prévus pour permettre aux étudiants de se situer par rapport à la matière et – le cas échéant – de réajuster leur méthode de travail en vue d'une réussite. Les étudiants sont invités à relire le cours au terme de chaque séance ; le cours débute systématiquement par une séance de questions-réponses sur la matière déjà vue.

Au terme des épreuves, les étudiants ont la possibilité de consulter leur copie et d'avoir un éclairage sur leurs manquements.

Ouvrages de référence

INDISPENSABLES

LENDREVIE J. et DE BAYNAST A., Publicitor, Paris, Dunod, 2008. LIBAERT Th., La communication de crise, Paris, Dunod, 2005.

LIBAERT Th., Le plan de communication, Paris, Dunod, 2003.

WESPHALEN M.-H. et LIBAERT Th., Communicator : toute la communication d'entreprise, Paris, Dunod, 2009.

AUDOUIN A et al., La communication responsable. La communication face au développement durable, Paris, Eyrolles, 2009.

CHANDELIER M. et al., Image(s) et sociétés, Paris, L'Harmattan, 2003.

CHAUVIN P., Communiquer avec un petit budget, Paris, Dunod, 2001.

D'ALMEIDA N. et LIBAERT Th., La communication interne des entreprises, Paris, Dunod, 2010.

DAGENAIS B., Le plan de communication. L'art de séduire ou de convaincre les autres, Laval, Presses de l'université de Laval, 2007.

DECAUDIN J.-M. et al., La communication interne. Stratégies et techniques, Paris, Dunod, 2009.

DELAGE C. et al., La fabrique des images contemporaines, Paris, Cercle d'Art, 2007.

DO ESPIRITO Th., La communication de changement. Les clés pour réussir la transformation de son entreprise, Paris, CFPJ éditions, 2006.

DONJEAN Ch., La communication interne, Liège, Edipro, 2006.

GERVEREAU L., Voir, comprendre, analyser les images, Paris, La Découverte, 2004.

JOLY M., L'image et les signes, Paris, Armand Colin, 2008.
 KOTLER Ph., Marketing management, 13e édition, Paris, Pearson, 2009.
 LABRUFFE A., Communication et qualité : le maillon fort !, Saint-Denis, Afnor, 2003.
 LEGER J.-Y., La communication financière, Paris, Dunod, 2003.
 LITS M. et KOUTROUBAS Th., Communication politique et lobbying, Bruxelles, De Boeck, 2011.
 MUCCHIELLI A., Information et communication interne, Paris, Armand Colin, 2005.
 PEQUIGNOT B., Recherches sociologiques sur les images, Paris, L'Harmattan, 2008.
 REYNIERS A., Communication interculturelle, Bruxelles, De Boeck, 2011.
 RICHARD S.-C., Douze cas de communication d'entreprise, Le génie des glaciers, 2009.
 TISSERON S., Le bonheur dans l'image, Paris, Les empêcheurs de penser en rond, 2003.

Supports

Les notes de synthèse sont distribuées au cours. Elles sont également disponibles, avec d'autres supports (vidéos, dossiers...), sur le cours en ligne (connected.helha.be)

4. Modalités d'évaluation

Principe

Examen écrit basé sur la connaissance de la théorie et sur l'analyse de cas pratiques.

Travail faisant l'objet d'une évaluation intégrée avec les AA suivantes : Animation socioculturelle, Journalisme.

Le cours de néerlandais de l'UE09 participe également à cette épreuve intégrée.

Pondérations

	Q1		Q2		Q3	
	Modalités	%	Modalités	%	Modalités	%
production journalière			Trv	25	Trv	25
Période d'évaluation			Exe	75	Exe	75

Trv = Travaux, Exe = Examen écrit

La pondération de cette activité d'apprentissage au sein de l'UE dont elle fait partie vaut 30

Dispositions complémentaires

En cas de certificat médical le jour de l'évaluation finale, l'épreuve peut éventuellement être représentée dans le cadre de la session si cela est possible du point de vue matériel et planification. En cas d'examen non présenté, l'UE ne peut être validée.

Pour la partie TRAVAUX (évaluation intégrée), les modalités seront expliquées au cours. Cette "production journalière" n'est pas récupérable, s'agissant entre autres d'un travail de groupe. Dès lors, la note est d'office reportée au Q3. En cas d'absence non légitime pour cette partie intégrée, il y aura un PP (absorbant). En cas de certificat médical valable et remis dans les temps (voir le REE), la note de l'étudiant se jouera uniquement sur l'examen écrit, qui vaudra dès lors 100% de la note.

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).