

## 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](mailto:social.tournai@helha.be)

### 1. Identification de l'Unité d'Enseignement

UE 190 Axe professionnel 3			
Code	SOCM2B190	Caractère	Obligatoire
Bloc	2B	Quadrimestre(s)	Q1Q2
Crédits ECTS	9 C	Volume horaire	90 h
Coordonnées des responsables et des intervenants dans l'UE	<b>Michel PAQUOT</b> ( <a href="mailto:michel.paquot@helha.be">michel.paquot@helha.be</a> ) <b>Frédéric JANUS</b> ( <a href="mailto:frederic.janus@helha.be">frederic.janus@helha.be</a> ) <b>Laurence CHARON</b> ( <a href="mailto:laurence.charon@helha.be">laurence.charon@helha.be</a> )		
Coefficient de pondération		90	
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 2 **Interagir avec son milieu professionnel**

2.4 Travailler en équipe

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

5.1 Recourir à diverses sources d'information, les recouper et synthétiser les contenus

5.2 Identifier les publics-cibles et leurs besoins spécifiques

5.3 Sélectionner et vulgariser l'information utile et adaptée au public visé

5.4 Maîtriser les outils de communication oraux, écrits, audiovisuels et interactifs et les codes liés à la communication non-verbale

5.5 Utiliser le langage spécifique du média concerné pour assurer le traitement et la diffusion de l'information

5.6 Utiliser les différentes techniques d'écriture liées à l'information et à la communication

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

6.4 Mettre en œuvre des techniques, des procédures et des supports de communication adaptés à un public donné

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

Néant

#### 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 :

SOCM2B190AS3	Animation socioculturelle	30 h / 3 C
SOCM2B190JOUR3	Journalisme	30 h / 3 C
SOCM2B190RP3	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 90 points attribués dans cette UE sont répartis entre les différentes activités de la manière suivante :

SOCM2B190AS3	Animation socioculturelle	30
SOCM2B190JOUR3	Journalisme	30
SOCM2B190RP3	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.

##### **Seconde session (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](mailto:social.tournai@helha.be)

### 1. Identification de l'activité d'apprentissage

Animation socioculturelle			
Code	23_SOCM2B190AS3	Caractère	Obligatoire
Bloc	2B	Quadrimestre(s)	Q1Q2
Crédits ECTS	3 C	Volume horaire	30 h
Coordonnées du Titulaire de l'activité et des intervenants	<b>Frédéric JANUS</b> ( <a href="mailto:frederic.janus@helha.be">frederic.janus@helha.be</a> )		
Coefficient de pondération	30		
Langue d'enseignement et d'évaluation	Français		

### 2. Présentation

#### Introduction

Le cours vise principalement à outiller l'étudiant, d'un point de vue pratique et théorique, afin qu'il puisse conceptualiser et développer des projets d'animation socioculturelle et de communication.

#### Objectifs / Acquis d'apprentissage

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

- définir le public cible du projet ;
- définir les intentions du projet ;
- définir des objectifs concrets, évaluable auprès de ce public-cible ;
- utiliser la méthode de l'entraînement mental identifier et expliquer les étapes opératoires de la réalisation de ce projet ;
- identifier les moyens nécessaires : ceux dont on dispose, ceux qui sont nécessaires et les obtenir ;
- organiser et mener à bien ce projet en équipe ;
- évaluer le projet

### 3. Description des activités d'apprentissage

#### Contenu

- A. Repères 1) Se projeter 2) Le projet comme engagement 3) Objectif personnel 4) Quelques incontournables 5 questions à se poser : - Savoir où l'on est ? - Savoir de quoi on parle ? - Savoir ce que l'on veut et pourquoi ? - Savoir comment ? - Avec qui ?
- B. Fondement du projet : à l'origine du projet
- C. Finalités : le sens du projet
- D. Les phases du projet 1) La phase de conceptualisation 2) La phase de réalisation-mise en oeuvre 3) La phase d'évaluation
- E. Buts : objectifs généraux
- F. Objectifs opérationnels
- G. Planification
- H. Ressources et freins
- I. Action-organisation Évaluation

#### Démarches d'apprentissage

Alternance entre apports théoriques, exemplification, mise en situation et approche inductive

#### Dispositifs d'aide à la réussite

Les questions concernant l'évaluation des apprentissages sont distribuées anticipativement et préparées par

l'étudiant

### **Ouvrages de référence**

Néant

### **Supports**

Un guide méthodologique sera distribué aux étudiants.

## **4. Modalités d'évaluation**

### **Principe**

Réalisation et rédaction d'un dossier (collectif) de présentation du projet collectif réalisé dans le cadre de l'UE 23.  
Application et intégration des notions abordées dans le cadre 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 30

### **Dispositions complémentaires**

**Néant**

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](mailto:social.tournai@helha.be)

### 1. Identification de l'activité d'apprentissage

Journalisme			
Code	23_SOCM2B190JOUR3	Caractère	Obligatoire
Bloc	2B	Quadrimestre(s)	Q1Q2
Crédits ECTS	3 C	Volume horaire	30 h
Coordonnées du Titulaire de l'activité et des intervenants	Michel PAQUOT ( <a href="mailto:michel.paquot@helha.be">michel.paquot@helha.be</a> )		
Coefficient de pondération	30		
Langue d'enseignement et d'évaluation	Français		

### 2. Présentation

#### Introduction

Apprendre à écrire des articles journalistiques.

Donner un aperçu de l'histoire du journalisme et présentation de quelques journalistes importants.

Panorama de la critique.

Aucun prérequis

#### Objectifs / Acquis d'apprentissage

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

De réaliser une interview et de la rédiger, d'écrire un portrait, une critique, un compte-rendu, de faire une synthèse sur un même thème.

Approfondir des notions brièvement abordées en Bloc 1 (par exemple la notion du 4ème pouvoir) Connaître l'histoire du journalisme et quelques grands journalistes du XXe siècle dont les articles peuvent encore servir d'exemples.

Connaître le journalisme culturel (critique, portrait, interview) Développer l'esprit critique Apporter de la culture générale Améliorer son écriture par le biais de travaux pratiques

### 3. Description des activités d'apprentissage

#### Contenu

Evolution du métier de journalisme et analyse regard ambivalent porté à son encontre Notion de contre-pouvoir et de 4ème pouvoir Histoire de la presse écrite en Belgique et en France Présentation de quelques journalistes importants du XXe siècle ou contemporains Ecriture journalistique et mots du journalisme écrit journalisme culturel : présentation et exercices pratiques (autour de la critique, du portrait et de l'interview).

#### Démarches d'apprentissage

Cours ex-cathedra avec syllabus; Travaux pratiques

#### Dispositifs d'aide à la réussite

Travaux d'écriture et suivi personnalisé pour la rédaction de ces travaux.

#### Ouvrages de référence

Le Journalisme, coordonné par Arnaud Mercier, Les Essentiels Hermès, CNRS Editions, 2009

Erik Neveu, Sociologie du journalisme, La Découverte/Repérages, 2009 (troisième édition)

Yves Agnès, Manuel du journalisme, La Découverte/Grands repères, 2008 (deuxième éditions)

Serge July, Jean-François Kahn, Edwyn Plenel, Faut-il croire les journalistes?, Editions Mordicus, 2009  
 Jacques Le Bohec, Dictionnaire du journalisme et des médias, Presses Universitaires de Rennes, 2010  
 Gabriel Thoveron, Histoire des médias, Seuil, 1997  
 Frédéric Barbier et Catherine Bertho Lavenir, Histoire des médias de Diderot à Internet, Armand Colin, 2003  
 Le lynchage médiatique, dirigé par Guy Coq et Charles Conte, Panoramiques, Editions Corlet, 199

## Supports

Syllabus, documents donnés au cours, photos montrées au cours.

## 4. Modalités d'évaluation

### Principe

L'évaluation globale se partage entre travaux pratiques (Q1) pour 70 % des points et examen écrit à partir du syllabus (Q2) pour 30 % des points.

**Q 3 (seconde session)** : examen écrit 100 %

### Pondérations

	Q1		Q2		Q3	
	Modalités	%	Modalités	%	Modalités	%
production journalière	Trv	70				
Période d'évaluation			Exe	30	Exe	100

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

**Néant**

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](mailto:social.tournai@helha.be)

### 1. Identification de l'activité d'apprentissage

Relations publiques/Publicité			
Code	23_SOCM2B190RP3	Caractère	Obligatoire
Bloc	2B	Quadrimestre(s)	Q1Q2
Crédits ECTS	3 C	Volume horaire	30 h
Coordonnées du Titulaire de l'activité et des intervenants	<b>Laurence CHARON</b> ( <a href="mailto:laurence.charon@helha.be">laurence.charon@helha.be</a> )		
Coefficient de pondération	30		
Langue d'enseignement et d'évaluation	Français		

### 2. Présentation

#### Introduction

Pré-requis

- Cours Bloc 1 « Introduction à la communication » et « Relations publiques et publicité » - L'étudiant devra avoir assimilé les différentes notions définies au cours de Relations publiques de Bloc 1 telles que les bases de la communication d'entreprise, la communication visuelle et l'identité graphique, les différents types de communication, les outils de la communication d'entreprise. Il devra connaître de façon approfondie les termes de vocabulaire spécifiques à la communication analysés au cours de RP Bloc 1. - Le suivi de l'actualité ainsi qu'une bonne culture générale constituent un atout.

Présentation du cours

Le cours sera axé sur des aspects théoriques et pratiques. Il mettra l'accent sur l'apprentissage d'un savoir autour de la communication externe et interne. Il mettra également l'accent sur la compréhension des termes professionnels, sur les notions fondamentales propres à la communication, sur les outils et supports appropriés et l'analyse de cas. Des exemples étayeront le cours afin de donner une vue pragmatique et concrète. Des exercices seront par ailleurs organisés afin de développer l'esprit d'analyse et de synthèse des étudiants et de leur permettre d'appréhender de façon très concrète les différentes missions autour des relations publiques et de la communication.

#### Objectifs / Acquis d'apprentissage

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

Démontrer l'importance du marketing management global. Expliquer l'importance de la stratégie et du choix opportun des publics, messages, actions et supports. Identifier, appréhender et utiliser les mécanismes de base d'un plan de communication Déterminer et expliquer les enjeux des relations avec la presse Analyser et inventorier les outils des relations presse Définir et préciser l'importance et les enjeux de la communication interne Décrire et développer les outils de communication interne Identifier les supports de communication en interne et en externe, les décrire, les utiliser à bon escient et les ordonner/prioriser Énoncer les caractéristiques essentielles d'un événement, d'expliquer leur importance Comparer et structurer les différents types d'événements. Décrire et expliquer les enjeux de la publicité en tant qu'outil de communication commerciale Expliquer, intégrer et analyser les fonctions et les rôles respectifs des différents métiers de la communication (chargé de communication interne, attaché presse, porte-parole, chargé de mission événementielle,...)

### 3. Description des activités d'apprentissage

#### Contenu

Le cours sera articulé autour de 5 grandes thématiques : - La place de la communication dans l'approche marketing management global - Le plan de communication - Les relations presse - La communication interne - La communication publicitaire

#### Démarches d'apprentissage

Cours magistral théorique et pratique. Présentation de nombreux exemples et de situations concrètes permettant une vision pragmatique des notions théoriques. Utilisation de supports écrits et visuels pour agrémenter la théorie (liens Internet, vidéo, exemples de dossiers de presse...) Etude de cas et exercices Le syllabus du cours est déposé sur la plateforme connectED ainsi que des exemples et divers liens de sites Internet en rapport avec les chapitres abordés

### Dispositifs d'aide à la réussite

La présence au cours est essentielle, le syllabus ne reprenant en effet pas l'ensemble des cas pratiques et exercices analysés durant le cours. La présence au cours, sa régularité et la participation aux exercices constituent des atouts importants pour la réussite de l'examen. Le cours est interactif notamment par la mise en situation de nombreux exemples et exercices pratiques. Il permet l'interactivité des questions réponses. Le dernier cours est consacré aux questions des étudiants et à redéfinir les points essentiels de la matière. Les étudiants ont la possibilité de consulter leur copie d'examen afin de recevoir des conseils personnalisés. La demande doit être introduite par email par chaque étudiant (laurence.charon@helha.be). L'enseignant se réserve le droit de refuser cette consultation des copies si l'étudiant n'a pas été assidu au cours, et ce sans raison valable.

### Ouvrages de référence

Communicator, Le guide de la communication d'entreprise, 6ème édition, Marie-Hélène Westphalen et Thierry Libaert (Editions Dunod, Paris, 2012) ;  
 Le plan de communication, Thierry Libaert (Editions Dunod, Paris, 4ème édition, 2013) ;  
 La communication interne, J-M. Décaudin et J. Igalens (Editions Dunod, Paris, 2013) ;  
 Réussir ses relations presse, 100% pratique entreprise, Elodie Cally (Editions Dunod, 2011)  
 Dynamiser sa communication interne, Valérie Perruchot Garcia (Editions Dunod, Paris, 2012) ;  
 Le plan de communication, Bernard Dagenais (Les presses universitaires de Laval, Québec 2007) ;  
 Publicitor, Arnaud de Baynast et Jacques Lendrevie (Dunod, 8ème édition, 2014)  
 Communication corporate, interne, financière, marketing b to c et b to b, Pentacom, Philippe Malaval et Jean-Marc Décaudin (Pearson, 2012)  
 Communication, Just in Time, Florence Garnier, Guillaume Halphen et Sylvie Recoules (Vuibert, 2014)  
 Guide de la publicité et de la communication, François Bernheim (Larousse, 2004) ;  
 Savoir développer sa créativité, Brigitte Bouillerce et Emmanuel Carré (Editions Retz, Paris 2004) ;  
 Les Valeurs, Thierry Wellhoff (Editions Eyrolles, 2009) ;  
 La nouvelle orthographe en pratique, Dominique Dupriez (De Boeck, Bruxelles, 2009).  
 Pièges et difficultés de la langue française, Jean Girodet (Bordas, 2007)

### Supports

Syllabus en français & déposé sur la plateforme connectED

## 4. Modalités d'évaluation

### Principe

Examen écrit

### 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 30

### Dispositions complémentaires

Néant

## 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).