

Bachelier en communication

HELHa Tournai 2 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 14 : Sciences humaines et sociales - Module 3			
Code	SOCM2B14	Caractère	Obligatoire
Bloc	2B	Quadrimestre(s)	Q1
Crédits ECTS	3 C	Volume horaire	50 h
Coordonnées des responsables et des intervenants dans l'UE	Sylvie DUROISIN (sylvie.duroisin@helha.be) Astrid LACROIX (astrid.lacroix@helha.be)		
Coefficient de pondération	30		
Cycle et niveau du Cadre Francophone de Certification	bachelier / niveau 6 du CFC		
Langue d'enseignement et d'évaluation	Français		

2. Présentation

Introduction

Cette UE Sciences sociales et humaines – module 3 a pour objectif principal de poursuivre et d'approfondir les notions des disciplines psychologiques et sociologiques du bloc 1. Cette UE :

- s'inscrit dans les cours généraux nécessaires à la poursuite de la formation ;
- vise à doter les étudiants des outils nécessaires à la compréhension de la société sous les angles psychologiques et sociologiques ;
- apporte aux étudiants des notions directement en lien avec leur profession future dans les domaines de la psychologie sociale et de la sociologie des médias.

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

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

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

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 **Inform, 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

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

Acquis d'apprentissage visés

I. Au terme de l'UE, globalement, les étudiants seront capables de décrire et analyser certains éléments des réalités psychologiques et sociales qui caractérisent la société, les médias et leur environnement professionnel.

II. Au terme de l'activité d'apprentissage « psychologie sociale», les étudiants seront capables de:

- cerner le champ de la psychologie sociale (objet d'étude, domaines de recherche et méthodes utilisées) ;
- mieux comprendre les processus psychologiques responsables des comportements que nous émettons en société et bâtir l'édifice des connaissances scientifiques qui s'y rapportent ;
- comprendre certains problèmes psychologiques et sociaux et fournir des clés d'analyse ;
- analyser des faits sociaux.

III. Au terme de l'activité d'apprentissage « sociologie des médias», les étudiants seront capables de:

- identifier et analyser les enjeux, avantages et inconvénients, d'un point de vue scientifique, des différents médias qui nous entourent;
- analyser des faits sociaux en tenant compte des canaux de communication utilisés et de leurs caractéristiques au point de vue sociologique en ce compris dans une perspective historique;
- identifier les valeurs et normes sociales sous-jacentes à l'utilisation des médias contemporains (réseaux sociaux, internet, GSM...).

Liens avec d'autres UE

Prérequis pour cette UE : aucun

Corequis pour cette UE : UE15

3. Description des activités d'apprentissage

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

SOCM2B14PSY3	Psychologie sociale et industrielle	20 h / 1 C
SOCM2B14SOC3	Socio des médias et organisations	30 h / 2 C

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

4. Modalités d'évaluation

Les 30 points attribués dans cette UE sont répartis entre les différentes activités de la manière suivante :

SOCM2B14PSY3	Psychologie sociale et industrielle	10
SOCM2B14SOC3	Socio des médias et organisations	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

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 2 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

Psychologie sociale et industrielle			
Code	23_SOCM2B14PSY3	Caractère	Obligatoire
Bloc	2B	Quadrimestre(s)	Q1
Crédits ECTS	1 C	Volume horaire	20 h
Coordonnées du Titulaire de l'activité et des intervenants	Astrid LACROIX (astrid.lacroix@helha.be)		
Coefficient de pondération	10		
Langue d'enseignement et d'évaluation	Français		

2. Présentation

Introduction

La visée du cours est de présenter les connaissances fondamentales en psychologie sociale. L'étudiant devra acquérir les concepts et méthodes d'analyse lui permettant de développer sa capacité à détecter et analyser les mécanismes psychosociaux de base sous-tendant les raisonnements et le comportement humain.

Le cours est construit de manière à mettre en évidence la place de l'individu au sein des réseaux sociaux, des groupes, des communautés. Le cours mettra en évidence l'interdépendance des fondements psychologiques et des fondements sociaux.

Objectifs / Acquis d'apprentissage

- Cerner le champ de la psychologie sociale (objet d'étude, domaines de recherche et méthodes utilisées).
- Mieux comprendre les processus psychologiques responsables des comportements que nous émettons en société et bâtir l'édifice des connaissances scientifiques qui s'y rapportent.
- Comprendre certains problèmes psychologiques et sociaux et fournir des clés d'analyse.
- Analyser des faits sociaux.

3. Description des activités d'apprentissage

Contenu

1. Présentation des phénomènes et des théories de base (ou classiques) en psychologie sociale (les processus d'influence, agression, altruisme, erreurs d'attribution,...).
2. Vision contemporaine des thèmes majeurs en psychologie sociale.
3. Applications de la psychologie sociale, exemples concrets propres à faciliter la compréhension de nos comportements quotidiens et ceux des autres.

Démarches d'apprentissage

Les thèmes abordés feront l'objet d'une analyse progressive, depuis le niveau intrapersonnel jusqu'au niveau intergroupe.

Cours ex cathedra ; supports vidéo, témoignages.

Dispositifs d'aide à la réussite

Chaque chapitre se clôture par un test «blanc» reprenant l'ensemble de la matière vue: l'étudiant est mis en situation

d'évaluation (échantillon de différents types de questions).
Exercices en séance
Questions-réponses
Supports complémentaires proposés aux étudiants (cours claroline).

Ouvrages de référence

BAGGIO S., Psychologie sociale, Editions De Boeck, Bruxelles, 2006

BEDARD L., Introduction à la psychologie sociale, Editions du Renouveau Pédagogique, Québec, 2006

CERCLE A. et SOMAT A., Psychologie sociale, Cours et exercices, Editions Dunod, Paris, 2002

DELOUVÉE S., Psychologie sociale, Editions Dunod, Paris, 2010

VALLERAND R., Les fondements de la psychologie sociale, Editeur Gaëtan Morin, Québec, 1994

Supports

Syllabus

Cours en ligne: claroline (<http://claroline.helha.be>) Ce cours en ligne comprend les notes distribuées en classe, les supports vidéos ainsi que les annexes distribuées. L'étudiant y trouve également des documents complémentaires (portefeuille de lecture).

4. Modalités d'évaluation

Principe

Néant

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 10

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 2 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

Socio des médias et organisations			
Code	23_SOCM2B14SOC3	Caractère	Obligatoire
Bloc	2B	Quadrimestre(s)	Q1
Crédits ECTS	2 C	Volume horaire	30 h
Coordonnées du Titulaire de l'activité et des intervenants	Sylvie DUROISIN (sylvie.duroisin@helha.be)		
Coefficient de pondération		20	
Langue d'enseignement et d'évaluation		Français	

2. Présentation

Introduction

Le cours vise à :

- Sociologie des médias : analyser les médias en tant que processus sociaux. Comprendre leurs multiples influences sur la société et nos comportements en général, au fil du temps. Analyser leurs modes de fonctionnements et les représentations sociales qui y sont véhiculées, au fil du temps. Le cours envisagera donc les médias dans une perspective sociologique et historique.
- Sociologie des organisations : cette partie de matière sera abordée en Q2 : UE 15.

Aucune connaissance préalable n'est requise.

Objectifs / Acquis d'apprentissage

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

- Sociologie des médias :
 - Identifier et analyser les enjeux, avantages et inconvénients, d'un point de vue scientifique, des différents médias qui nous entourent;
 - Analyser des faits sociaux en tenant compte des canaux de communication utilisés et de leurs caractéristiques au point de vue sociologique en ce compris dans une perspective historique;
 - Identifier les valeurs et normes sociales sous-jacentes à l'utilisation des médias contemporains (réseaux sociaux, internet, GSM...).

3. Description des activités d'apprentissage

Contenu

- Sociologie des médias

1. L'histoire sociale des médias

Du livre à Internet : évolution des fonctions sociales des médias, usagers et pratiques, réflexions sur les dangers pour la citoyenneté et la culture.

2. Théories sociologiques et recherches empiriques : histoire de la sociologie des médias et en particulier des théories sur la réception.

Démarches d'apprentissage

Cours essentiellement magistral. Toutefois, une participation active de l'étudiant est encouragée par l'échange d'idées, de commentaires critiques, la lecture d'extraits d'auteurs et d'articles de presse, la vision de films, documentaires... illustrant certains concepts...

Des notes de synthèse seront distribuées aux cours mais l'étude reposera essentiellement sur les propres notes des étudiants.

Dispositifs d'aide à la réussite

Objectifs et compétences à atteindre seront distribués en séance.

Tests « blanc » en cours d'année.

Exercices en séances.

Une séance sera consacrée aux questions-réponses à la fin du cours.

Des séances complémentaires de remédiation peuvent être envisagées en fin de cours.

Ouvrages de référence

AKOUN (A.), Sociologie des communications de masse, Hachette, Paris, 1997

BRETON (Ph.), Le culte d'Internet, Ed. La Découverte, Paris, 2000

BOURDIEU (P.), Sur la télévision, Ed Raisons d'agir, Paris, 1996

LAZAR (J.), Sociologie de la communication de masse, Armand Colin, (Collection U, série Sociologie), Paris, 1991

Mc LUHAN (M.), La galaxie Gutenberg, tomes 1 et 2, Gallimard, 1977

NEVEU (E.), Sociologie du journalisme, Ed. La Découverte, Paris, 2001

RIEFFEL. (R.), Sociologie des médias, collection Infocom, Ed. Ellipses, 2001

WOLTON (D.), Internet et après ?, Flammarion, Paris, 2000

WOLTON (D.), Penser la communication, Flammarion, Paris, 1997

Articles de presse et films divers.

Supports

Les supports PowerPoint diffusés en cours ainsi que tous textes utiles seront mis en ligne via Claroline.

4. Modalités d'évaluation

Principe

L'examen, écrit, portera sur les notions théoriques ainsi que leur application à des cas pratiques tels qu'exercés en classe.

Les objectifs et compétences à atteindre seront distribués en séance.

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

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 2 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 15 : Sciences humaines et sociales - Module 4			
Code	SOCM2B15	Caractère	Obligatoire
Bloc	2B	Quadrimestre(s)	Q2
Crédits ECTS	3 C	Volume horaire	25 h
Coordonnées des responsables et des intervenants dans l'UE	Astrid LACROIX (astrid.lacroix@helha.be) Sylvie DUROISIN (sylvie.duroisin@helha.be)		
Coefficient de pondération	30		
Cycle et niveau du Cadre Francophone de Certification	bachelier / niveau 6 du CFC		
Langue d'enseignement et d'évaluation	Français		

2. Présentation

Introduction

Cette UE Sciences sociales et humaines – module 4 a pour objectif principal de poursuivre et d'approfondir les notions des disciplines psychologiques et sociologiques du bloc 1. Cette UE :

- S'inscrit dans les cours généraux nécessaires à la poursuite de la formation ;
- Vise à doter les étudiants des outils nécessaires à la compréhension de la société sous les angles psychologiques et sociologiques ;
- Apporte aux étudiants des notions directement en lien avec leur profession future dans les domaines de la psychologie sociale et de la sociologie des médias.
- Permettra aux étudiants d'appliquer les concepts théoriques vus dans l'UE 14 et de traiter des questions de société sous l'angle de la psychologie sociale et de la sociologie

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

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

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
- 3.3 Participer à l'évolution de son environnement professionnel
- 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 **Inform, 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
- 5.3 Sélectionner et vulgariser l'information utile et adaptée au public visé

Acquis d'apprentissage visés

I. Etre capable de mobiliser les ressources des différents cours composant l'UE pour analyser des aspects sociétaux avec discernement

Liens avec d'autres UE

Prérequis pour cette UE : aucun

Corequis pour cette UE : UE14

3. Description des activités d'apprentissage

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

SOCM2B15PSY4	Psychologie sociale et industrielle	10 h / 2 C
--------------	-------------------------------------	------------

SOCM2B15SOC4	Socio des médias et organisations	15 h / 1 C
--------------	-----------------------------------	------------

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

4. Modalités d'évaluation

Les 30 points attribués dans cette UE sont répartis entre les différentes activités de la manière suivante :

SOCM2B15PSY4	Psychologie sociale et industrielle	20
--------------	-------------------------------------	----

SOCM2B15SOC4	Socio des médias et organisations	10
--------------	-----------------------------------	----

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

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 2 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

Psychologie sociale et industrielle			
Code	23_SOCM2B15PSY4	Caractère	Obligatoire
Bloc	2B	Quadrimestre(s)	Q2
Crédits ECTS	2 C	Volume horaire	10 h
Coordonnées du Titulaire de l'activité et des intervenants	Astrid LACROIX (astrid.lacroix@helha.be)		
Coefficient de pondération	20		
Langue d'enseignement et d'évaluation	Français		

2. Présentation

Introduction

La visée du cours est de présenter les connaissances fondamentales en psychologie sociale. L'étudiant devra acquérir les concepts et méthodes d'analyse lui permettant de développer sa capacité à détecter et analyser les mécanismes psychosociaux de base sous-tendant les raisonnements et le comportement humain.

Le cours est construit de manière à mettre en évidence la place de l'individu au sein des réseaux sociaux, des groupes, des communautés. Le cours mettra en évidence l'interdépendance des fondements psychologiques et des fondements sociaux.

Objectifs / Acquis d'apprentissage

- Cerner le champ de la psychologie sociale (objet d'étude, domaines de recherche et méthodes utilisées).
- Mieux comprendre les processus psychologiques responsables des comportements que nous émettons en société et bâtir l'édifice des connaissances scientifiques qui s'y rapportent.
- Comprendre certains problèmes psychologiques et sociaux et fournir des clés d'analyse.
- Analyser des faits sociaux

3. Description des activités d'apprentissage

Contenu

1. Applications de la psychologie sociale, exemples concrets propres à faciliter la compréhension de nos comportements quotidiens et ceux des autres.
2. Questions de société étudiées par la psychologie sociale (choix de différentes thématiques en lien avec l'actualité).

Démarches d'apprentissage

Les thèmes abordés feront l'objet d'une analyse progressive, depuis le niveau intrapersonnel jusqu'au niveau intergroupe.

Cours ex cathedra ; supports vidéo, témoignages.

Dispositifs d'aide à la réussite

Chaque chapitre se clôture par un test «blanc» reprenant l'ensemble de la matière vue: l'étudiant est mis en situation d'évaluation (échantillon de différents types de questions).

Exercices en séance

Questions-réponses

Supports complémentaires proposés aux étudiants (cours claroline).

Ouvrages de référence

BAGGIO S., Psychologie sociale, Editions De Boeck, Bruxelles, 2006

BEDARD L., Introduction à la psychologie sociale, Editions du Renouveau Pédagogique, Québec, 2006

CERCLE A. et SOMAT A., Psychologie sociale, Cours et exercices, Editions Dunod, Paris, 2002

DELOUVEE S., Psychologie sociale, Editions Dunod, Paris, 2010

VALLERAND R., Les fondements de la psychologie sociale, Editeur Gaëtan Morin, Québec, 1994

Supports

Syllabus

Cours en ligne: claroline (<http://claroline.helha.be>) Ce cours en ligne comprend les notes distribuées en classe, les supports vidéos ainsi que les annexes distribuées. L'étudiant y trouve également des documents complémentaires (portefeuille de lecture).

4. Modalités d'évaluation

Principe

L'examen, écrit, en juin, portera sur les notions théoriques ainsi que leur application à des cas pratiques (analyse de phénomènes de société). Il vaut **80 %** de la cote globale.

Un TRAVAIL DE GROUPE (présentation orale) sera évalué à raison de **20%** . Les modalités seront communiquées dans le cadre du cours.

La note accordée pour ce travail sera reportée de juin à septembre. En cas de non présentation du travail, l'étudiant obtiendra un PP et travail individuel lui sera demandé en deuxième session.

Pondérations

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

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

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 2 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

Socio des médias et organisations			
Code	23_SOCM2B15SOC4	Caractère	Obligatoire
Bloc	2B	Quadrimestre(s)	Q2
Crédits ECTS	1 C	Volume horaire	15 h
Coordonnées du Titulaire de l'activité et des intervenants	Sylvie DUROISIN (sylvie.duroisin@helha.be)		
Coefficient de pondération		10	
Langue d'enseignement et d'évaluation		Français	

2. Présentation

Introduction

Le cours vise à :

- Sociologie des organisations : appréhender la sociologie des organisations, les formes organisationnelles et leurs influences sur l'organisation du travail, dans une perspective historique et contemporaine.

Aucune connaissance préalable n'est requise.

Objectifs / Acquis d'apprentissage

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

- Sociologie des organisations :
 - Identifier et analyser les contextes influençant le fonctionnement des organisations.
 - Se situer dans une organisation et dans son système de management.

3. Description des activités d'apprentissage

Contenu

- Sociologie des organisations

1. Démarche des sociologues de la première vague.
2. Evolution des formes organisationnelles et influences sur l'organisation du travail.
3. Initiation à l'analyse systémique des organisations.

Démarches d'apprentissage

Cours essentiellement magistral. Toutefois, une participation active de l'étudiant est encouragée par l'échange d'idées, de commentaires critiques, la lecture d'extraits d'auteurs et d'articles de presse, la vision de films, documentaires... illustrant

certain concepts...

Des notes de synthèse seront distribuées aux cours mais l'étude reposera essentiellement sur les propres notes des étudiants.

Dispositifs d'aide à la réussite

Objectifs et compétences à atteindre seront distribués en séance.

Tests « blanc » en cours d'année.

Exercices en séances.

Une séance sera consacrée aux questions-réponses à la fin du cours.

Des séances complémentaires de remédiation peuvent être envisagées en fin de cours.

Ouvrages de référence

BALLE (C.), Sociologie des organisations, P.U.F., (Col. Que sais-je?), Paris, 1990

NIZET (J.) et PICHAULT (F.), Introduction à la théorie des configurations, De Boeck, Bruxelles, 2003

SCIEUR (P.), Sociologie des organisations, introduction à l'analyse de l'action collective organisée, 3ème édition, Armand Colin, Paris, 2011

Articles de presse et films divers.

Supports

Les supports PowerPoint diffusés en cours ainsi que tous textes utiles seront mis en ligne via Claroline.

4. Modalités d'évaluation

Principe

L'examen, écrit, portera sur les notions théoriques ainsi que leur application à des cas pratiques tels qu'exercés en classe. Les objectifs et compétences à atteindre seront distribués en séance.

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 10

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 2 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 16 : Economie			
Code	SOCM2B16	Caractère	Obligatoire
Bloc	2B	Quadrimestre(s)	Q1
Crédits ECTS	3 C	Volume horaire	45 h
Coordonnées des responsables et des intervenants dans l'UE	Laurence CHARON (laurence.charon@helha.be)		
Coefficient de pondération	30		
Cycle et niveau du Cadre Francophone de Certification	bachelier / niveau 6 du CFC		
Langue d'enseignement et d'évaluation	Français		

2. Présentation

Introduction

L'objectif du cours est de familiariser l'étudiant avec les notions économiques de base afin de lui permettre de mieux comprendre et décrypter l'actualité économique.

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**

2.1 Comprendre les concepts, le vocabulaire et les codes professionnels

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

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

Acquis d'apprentissage visés

Au terme du cours d'économie bloc 2, l'étudiant aura acquis les outils nécessaires pour :

- I. Comprendre le fonctionnement de l'économie nationale ;
- II. Tenir un discours économique simple ;
- III. Comprendre et d'analyser l'actualité économique.

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 :

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

4. Modalités d'évaluation

Les 30 points attribués dans cette UE sont répartis entre les différentes activités de la manière suivante :

SOCM2B16ECO3 Economie

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

La note de l'Unité d'Enseignement correspond à la note obtenue dans le cadre du cours d'économie

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 2 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

Economie			
Code	23_SOCM2B16ECO3	Caractère	Obligatoire
Bloc	2B	Quadrimestre(s)	Q1
Crédits ECTS	3 C	Volume horaire	45 h
Coordonnées du Titulaire de l'activité et des intervenants	Laurence CHARON (laurence.charon@helha.be)		
Coefficient de pondération		30	
Langue d'enseignement et d'évaluation		Français	

2. Présentation

Introduction

L'objectif du cours est de familiariser l'étudiant avec les notions économiques de base afin de lui permettre de mieux comprendre et décrypter l'actualité économique. Il fait suite au cours d'économie 1 (SCOM1013).

Objectifs / Acquis d'apprentissage

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

- Comprendre le fonctionnement de l'économie nationale ;
- Comprendre et décoder des notions de base d'économie ;
- Etre capable de tenir un discours économique simple;
- Etre capable de comprendre et d'analyser l'actualité économique.

3. Description des activités d'apprentissage

Contenu

1. Notions économiques fondamentales (les agents économiques, les différents types de marché, la croissance, l'inflation, la déflation, les investissements, le PIN, le PNB).
2. L'Etat en tant que régulateur de l'activité économique
3. L'organisation interne de l'entreprise (structures et fonctions)
4. Introduction à la comptabilité et premières notions de gestion

Démarches d'apprentissage

- Cours essentiellement magistral mais où une démarche participative et de questionnement de la part des étudiants est souhaitée.
- 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, ...)

Dispositifs d'aide à la réussite

- Séance questions- réponses lors du dernier cours.
- Syllabus de cours, exemples, articles presse, vidéo et liens internet déposés sur la plateforme Claroline. La consultation de ces documents est nécessaire pour la réussite de l'examen.
- La présence au cours constitue un élément essentiel dans la réussite de l'examen, le syllabus ne comprenant en effet pas tous les exemples et explications donnés lors des cours. Une présence assidue au cours est donc indispensable.
- 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

Ouvrages:

de Wasseige, Y. (2005), Comprendre l'économie politique, Couleur livres

Genty, P. (2001), Approche théorique de la comptabilité en euros et à partir de documents réels, C.R.D.P.

Gilbert, A. (1983), Comptabilité Générale, Dunod

Jacquemin, A., Tulkens, H. (1993), Principes d'économie politique, De Boeck Université, 2^e édition

La politique monétaire, Notes d'information, Banque Centrale Européenne (disponible sur www.ecb.int)

Pandolfi, E., Thoumin-Berthaud, S. (2010), Principes Fondamentaux de l'économie et de la gestion, Hachette Education

Sloman, J. (2006), Principes d'économie, Pearson Education, 6^e édition

Blanchard Olivier, Cohen Daniel, Johnson Savid, Macroéconomie, 6^e édition, Pearson, 2013

Bruneel Jean-Marie, Connaissances de gestion, 5^e édition, Labor éducation, 2011

Moreau Claire-Hélène, cours d'économie, année 2014-2015, Bac 2, Helha Tournai.

Sources documentaires et statistiques courantes

Banque Centrale Européenne (www.ecb.int)

Banque Nationale de Belgique (www.nbb.be)

Direction générale Statistique et Information économique (statbel.fgov.be)

Supports

Les étudiants disposent d'un syllabus qu'ils sont invités à compléter par leurs propres notes.

4. Modalités d'évaluation

Principe

Janvier: 100% écrit

Septembre: 100% 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

On ne peut modifier cette organisation qu'en accord avec l'enseignant, les étudiants et la direction. (article 10 du Règlement

des études)

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 2 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 17 : Anglais			
Code	SOCM2B17	Caractère	Obligatoire
Bloc	2B	Quadrimestre(s)	Q1Q2
Crédits ECTS	3 C	Volume horaire	40 h
Coordonnées des responsables et des intervenants dans l'UE	Christine VANDEREECKEN (christine.vandereecken@helha.be)		
Coefficient de pondération	30		
Cycle et niveau du Cadre Francophone de Certification	bachelier / niveau 6 du CFC		
Langue d'enseignement et d'évaluation	Français		

2. Présentation

Introduction

Cette UE englobe une seule activité d'apprentissage « Anglais »
 Enseignantes: A. Hanssens C. Gobert C. Vandereecken

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**

- 1.5 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
- 2.3 Établir et respecter des conventions
- 2.4 Travailler en équipe

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

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

Acquis d'apprentissage visés

- I. Décoder, expliquer et restituer en langues cibles des contenus provenant de divers supports écrits et/ou audiovisuels (presse, vidéos de sites internet, interviews) essentiellement de type journalistique
- II. Développer des compétences de communication orale et écrite dans le cadre de situations diversifiées de la vie professionnelle
- III Utiliser activement une langue de communication orale et écrite dans le cadre de situations diversifiées de la vie professionnelle

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 :

23SOCOM2B17AN Anglais

40 h / 3 C

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

4. Modalités d'évaluation

Les 30 points attribués dans cette UE sont répartis entre les différentes activités de la manière suivante :

23SOCOM2B17AN Anglais

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

Evaluation continue

Travaux

Examen écrit

Examen oral

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 2 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

Anglais			
Code	23_23SOCOM2B17AN	Caractère	Obligatoire
Bloc	CO	Quadrimestre(s)	Q1Q2
Crédits ECTS	3 C	Volume horaire	40 h
Coordonnées du Titulaire de l'activité et des intervenants	Christine VANDEREECKEN (christine.vandereecken@helha.be)		
Coefficient de pondération	30		
Langue d'enseignement et d'évaluation	Français		

2. Présentation

Introduction

Le cours d'anglais vise à permettre à l'étudiant de développer

- Les compétences langagières nécessaires dans la vie sociale
- Des compétences langagières directement applicables dans la vie professionnelle.

Les 4 aptitudes sont abordées avec un accent particulier sur l'expression orale et la compréhension à l'audition.

Enseignantes: C. Vandereecken, C.Gobert, A. Hanssens

Objectifs / Acquis d'apprentissage

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

Reformuler en anglais des informations provenant de supports écrits et audiovisuels

S'exprimer oralement dans des situations de communication directement liées à son avenir professionnel (présentation orale d'interviews,...), organisation de réunions, gestion d'appels téléphoniques...

S'exprimer par écrit dans des situations de communication directement liées à son avenir professionnel (rédaction de courriels, ...)

3. Description des activités d'apprentissage

Contenu

Exercices d'expression orale et écrite à orientation professionnelle : réunion, téléphone, mails,... avec mise en situation professionnelle en groupes

Exercices d'audition

Lecture d'articles de presse et organisation de débats

Lexique en lien avec les débats, la préparation de réunions, le téléphone et la rédaction de courriels

Interview d'un professionnel

Présentation et feed-back sur l'interview

Démarches d'apprentissage

Approche par situations de communication ou ici avec mise en situation professionnelle en groupes

Gérer et traiter l'information (oralement dans les débats, réunions, au téléphone ; par écrit, avec la rédaction de notes, courriels...), repérer, organiser, interpréter, analyser, prévoir, transférer... ;

Participation à des activités extérieures

Travail en autonomie en binôme et en groupe

Intervention de personnes de l'extérieur du monde professionnel (dans le domaine des médias, relations publiques, animations socio-culturelles)

Compétence transversale: montage d'un fichier sonore (interview)

Dispositifs d'aide à la réussite

Guidance proposée aux étudiants pendant le cours
Mises en situation réelle pendant le cours
Séances de consultation de copies d'examen
Exercices supplémentaires sur la plateforme d'enseignement à distance

Ouvrages de référence

Néant

Supports

Notes de cours
Documents écrits, audio-visuels
Dictionnaires
plateforme d'enseignement à distance compléments d'informations pour aller encore plus loin

4. Modalités d'évaluation

Principe

1ère session

Evaluation continue : 10%
Travaux : 25%
Examen écrit : 30%
Examen oral : 35%

2ème session

Examen écrit : 30%
Examen oral : 70%

Pondérations

	Q1		Q2		Q3	
	Modalités	%	Modalités	%	Modalités	%
production journalière	Evc	10	Trv	25		
Période d'évaluation	Evo + Eve	55	Exe	10	Exe + Exo	100

Evc = Évaluation continue, Evo = Évaluation orale, Eve = Évaluation écrite, Trv = Travaux, Exe = Examen écrit, Exo = Examen oral

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

Dispositions complémentaires

La présence des étudiants aux cours est requise. Toute absence non justifiée lors d'évaluation continue sera sanctionnée par des pénalités. Toute absence non justifiée lors des travaux cotés entraînera un PP.

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) en autonomie et en groupe

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 2 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 18 : Néerlandais			
Code	SOCM2B18	Caractère	Obligatoire
Bloc	2B	Quadrimestre(s)	Q1Q2
Crédits ECTS	3 C	Volume horaire	40 h
Coordonnées des responsables et des intervenants dans l'UE	Anne HANSSENS (anne.hanssens@helha.be)		
Coefficient de pondération	30		
Cycle et niveau du Cadre Francophone de Certification	bachelier / niveau 6 du CFC		
Langue d'enseignement et d'évaluation	Français		

2. Présentation

Introduction

Cette UE englobe une seule activité d'apprentissage "Néerlandais".

Enseignantes cours de néerlandais: M-P Willems, A. Hanssens

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**

1.5 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

2.4 Travailler en équipe

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

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

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

Acquis d'apprentissage visés

I. Décoder, expliquer et restituer en langue cible des contenus provenant de divers supports écrits et/ou audiovisuels (presse et vidéos de sites internet, interviews)

II. Développer des compétences de communication orale et écrite dans le cadre de situations diversifiées de la vie professionnelle

III. Utiliser activement une langue de communication orale et écrite dans le cadre de situations diversifiées de la vie professionnelle

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 :

23SOCOM2B18N Néerlandais

40 h / 3 C

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

4. Modalités d'évaluation

Les 30 points attribués dans cette UE sont répartis entre les différentes activités de la manière suivante :

23SOCOM2B18N Néerlandais

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

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 2 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

Néerlandais			
Code	23_23SOCOM2B18N	Caractère	Obligatoire
Bloc	CO	Quadrimestre(s)	Q1Q2
Crédits ECTS	3 C	Volume horaire	40 h
Coordonnées du Titulaire de l'activité et des intervenants	Anne HANSSENS (anne.hanssens@helha.be)		
Coefficient de pondération	30		
Langue d'enseignement et d'évaluation	Français		

2. Présentation

Introduction

Enseignantes cours de néerlandais: A. Hanssens, M-P Willems

Le cours de néerlandais vise à permettre à l'étudiant de développer

- Les compétences langagières nécessaires dans la vie sociale
- Des compétences langagières directement applicables dans la vie professionnelle.

Les 4 aptitudes sont abordées avec un accent particulier sur l'expression orale et la compréhension à l'audition

Objectifs / Acquis d'apprentissage

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

- ? Reformuler en néerlandais des informations provenant de supports écrits et audiovisuels
- ? S'exprimer oralement dans des situations de communication directement liées à son avenir professionnel.

3. Description des activités d'apprentissage

Contenu

Exercices d'expression orale et écrite à orientation professionnelle : téléphone, présentations,...

Exercices d'audition

Débats sur des sujets sociétaux

Interview d'un professionnel, présentation et feed-back sur l'interview

Démarches d'apprentissage

Approche par situation de communication

Travail en autonomie ,en binôme et en groupe

Activité extérieure

Intervention de personnes de l'extérieur

Dispositifs d'aide à la réussite

Guidance proposée aux étudiants pendant le cours

Ouvrages de référence

BEKKERS L., MENNEN S., Ter Zake, Intertaal

Supports

Notes de cours
Dictionnaires

4. Modalités d'évaluation

Principe

Néant

Pondérations

	Q1		Q2		Q3	
	Modalités	%	Modalités	%	Modalités	%
production journalière	Evc	5	Evc	10		
Période d'évaluation	Evo + Eve	45	Exe + Exo	40	Exe + Exo	100

Evc = Évaluation continue, Evo = Évaluation orale, Eve = Évaluation écrite, Exe = Examen écrit, Exo = Examen oral

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

Dispositions complémentaires

Toute partie des travaux et/ou des examens non présentée entraînera automatiquement un PP (pas présenté) pour l'ensemble du cours.

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 2 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 19 : Axe professionnel 3			
Code	SOCM2B19	Caractère	Obligatoire
Bloc	2B	Quadrimestre(s)	Q1
Crédits ECTS	9 C	Volume horaire	92 h
Coordonnées des responsables et des intervenants dans l'UE	Laurence CHARON (laurence.charon@helha.be) Frédéric JANUS (frederic.janus@helha.be) Jimmy TANGHE (jimmy.tanghe@helha.be) Xavier MOULIGNEAU (xavier.mouligneau@helha.be) Michel PAQUOT (michel.paquot@helha.be)		
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 : UE20

3. Description des activités d'apprentissage

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

SOCM2B19AS3	Animation socioculturelle	20 h / 2 C
SOCM2B19COE1	Stratégies de communication d'entreprise	12 h / 1 C
SOCM2B19DEON1	Aspects juridiques et déontologiques de l'information	20 h / 2 C
SOCM2B19JOUR3	Journalisme	20 h / 2 C
SOCM2B19RP3	Relations publiques/Publicité	20 h / 2 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 :

SOCM2B19AS3	Animation socioculturelle	20
SOCM2B19COE1	Stratégies de communication d'entreprise	10
SOCM2B19DEON1	Aspects juridiques et déontologiques de l'information	20
SOCM2B19JOUR3	Journalisme	20
SOCM2B19RP3	Relations publiques/Publicité	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

Une fiche descriptive sera remise aux étudiants pour chaque Activité d'Apprentissage de l'UE 19.

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 2 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_SOCM2B19AS3	Caractère	Obligatoire
Bloc	2B	Quadrimestre(s)	Q1
Crédits ECTS	2 C	Volume horaire	20 h
Coordonnées du Titulaire de l'activité et des intervenants	Frédéric JANUS (frederic.janus@helha.be)		
Coefficient de pondération	20		
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 20

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 2 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

Stratégies de communication d'entreprise			
Code	23_SOCM2B19COE1	Caractère	Obligatoire
Bloc	2B	Quadrimestre(s)	Q1
Crédits ECTS	1 C	Volume horaire	12 h
Coordonnées du Titulaire de l'activité et des intervenants	Jimmy TANGHE (jimmy.tanghe@helha.be)		
Coefficient de pondération	10		
Langue d'enseignement et d'évaluation	Français		

2. Présentation

Introduction

« De nos jours, les entreprises qui réussissent - qu'elles soient grandes ou petites, commerciales ou à but non lucratif, nationales ou mondialisées - ont toutes quelque chose en commun : elles se concentrent en priorité sur le client et accordent une importance extrême au marketing, dont l'objectif consiste précisément à nouer et à entretenir des relations rentables avec les clients. Le marketing vise à la fois à séduire de nouveaux acheteurs, par la promesse d'une valeur supérieure, mais aussi à conserver et à développer la clientèle existante en lui apportant toute la satisfaction nécessaire. »*

Je vous propose de découvrir ensemble et avec des exemples concrets les grands principes du marketing dans le cadre du cours de « Stratégies de communication des entreprises ». Vous constaterez rapidement que le marketing d'aujourd'hui se pratique aussi dans les organisations à but non lucratif. Ce cours est donc utile pour tous les étudiants de la section communication: R.P., A.S. et journalistes.

Mon objectif : vous initier et vous sensibiliser à la « démarche marketing ». Jimmy TANGHE Titulaire du cours de « Stratégies de communication »

* Extrait de la ressource que je vous conseille de lire pour ce cours: Principes de marketing, Gary ARMSTRONG & Philip KOTLER (Pearson Education France 2013 – 11ème édition), Partie 1, page 27.

Remarques : La présence aux modules de cours et de séances de travail est obligatoire. Toute absence devra faire l'objet d'une justification écrite.

Pré-requis : Cours Bloc 1 « Introduction à la communication » et « Relations publiques et publicité

Objectifs / Acquis d'apprentissage

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

Appréhender les grands principes du marketing et des stratégies de communication des entreprises. Maîtriser les différentes notions entourant le marketing. Comprendre comment le marketing se met en place dans une entreprise, en fonction non seulement de ses objectifs, mais aussi de son environnement et de ses performances. Cerner les enjeux des choix stratégiques d'une entreprise. Expliquer l'importance d'une bonne compréhension des clients, du marché et du marketing intégré et orienté client.

Décrire les tendances et les évolutions du marketing (importance et enjeux)

3. Description des activités d'apprentissage

Contenu

Introduction au marketing La démarche marketing et ses processus pour envisager les stratégies de communication des entreprises

Comprendre le marché ainsi que les besoins et les désirs des clients

o Étudier la clientèle et le marché o Gérer l'information marketing et les données clients

Concevoir une stratégie marketing orientée client

o Sélectionner les clients auxquels on va s'adresser : segmentation du marché et ciblage o Formuler une proposition de valeur : différenciation et positionnement
Elaborer un programme marketing permettant d'offrir une valeur supérieure
o Conception de produits et services : créer des marques fortes o Fixation des prix : créer concrètement de la valeur o Distribution : gérer la chaîne de demande et la chaîne d'approvisionnement o Promotion : faire connaître la proposition de valeur

Démarches d'apprentissage

Cours magistral interactif pour la définition des concepts. Exploitation de cas pratiques, articles, vidéos, etc. afin d'illustrer les théories. Exercices pratiques, dont certains en lien avec le cours de « Relations publiques et publicité » Bloc 2. Notes de cours disponibles en ligne (via Claroline). Ce qui permet aux étudiants de disposer des documents projetés en cours et de retrouver les divers liens montrés et commentés : articles, vidéos, sites web, etc.

Dispositifs d'aide à la réussite

Un « test blanc » est prévu lors du dernier cours afin d'aider l'étudiant(e) à préparer au mieux son examen. Lors de chaque début de cours un retour sur les concepts-clés de la session précédente est organisé pour aider l'étudiant à comprendre au mieux la matière.

Ouvrages de référence

RESSOURCE OBLIGATOIRE (BASE THÉORIQUE DU COURS) :

Principes de marketing, Gary ARMSTRONG & Philip KOTLER (Pearson Education France, 2013 - 11ème édition);

Ressources recommandées :

Plusieurs références de la collection « Le succès en poche », éditeur : Demos Editions, et notamment : « L'analyse SWOT », « Le marketing-mix ou mix marketing : de la stratégie à l'opérationnel », « Marketing stratégique : segmentation, ciblage et positionnement », « Qu'est-ce qu'un tableau de bord marketing ? », « Qu'est-ce que le marketing direct ? » Marketing digital, Dave Chaffey & Fiona Ellis-Chadwick (Pearson Education France, 2014 - 5ème édition); Marketing Management, Philippe KOTLER, Kevin KELLER et Delphine MANCEAU (Broché, Pearson Education

France, 2012 - 14ème édition); Mercator : Théories et nouvelles pratiques du marketing, J. LENDREVIE, J. LEVY, (Broché, Dunod, 2013 - 10ème édition); Communicator, toute la communication d'entreprise, Marie-Hélène WESTPHALEN & Thierry LIBAERT (Broché, Dunod, 2012, 6ème édition) ; Strategor - Toute la stratégie d'entreprise, Laurence LEHMANN-ORTEGA, Frédéric LEROY, Bernard GARRETTE et Pierre DUSSAUGE (Broché, Dunod, Livres en Or, 2013 - 6ème édition) Stratégique, Gerry JOHNSON, Kevan SCHOLLES, Richard WHITTINGTON, Frédéric FRÉRY (Broché, Pearson Education, 2011 - 9ème édition). Publicitor - Publicité online et offline - TV - Presse - Internet - Mobiles - Tablettes..., Jacques LENDREVIE, Arnaud DE BAYNAST (Broché, Dunod, Livres en Or, 2014 - 8ème édition) ; Communication professionnelle en ligne : Comprendre et exploiter les médias et réseaux sociaux de Fred COLANTONIO, Alain LEROY et Sylvain LAUWERS (Broché, Edipro, 2011) ; Réseaux sociaux - Comprendre et maîtriser ces nouveaux outils de communication, Romain RISSOAN (Broché, Editions ENI, Marketing Book, 2012, 3ème édition) ; Comment développer votre activité grâce aux médias sociaux - Facebook, Twitter, Viadeo, LinkedIn et les autres plateformes sociales, Valérie MARCH (Dunod, J'ouvre ma boîte, 2011) ; Le Community Management - Stratégies et bonnes pratiques pour interagir avec vos communautés, Catherine ERTZSCHEID, Benoît FAVERIAL, Sylvain GUÉGUEN (Broché, Diatino, Médias sociaux, 2010) ; Storytelling - Réenchantez votre communication, Sébastien DURAND, (Broché, Dunod, Tendances Marketing, 2011) Business Model nouvelle génération, Alexander Osterwalder et Yves Pigneur (Pearson Education France, 2011). Édition originale de cet ouvrage a été publiée aux États-Unis par John Wiley & Sons, Inc., sous le titre Business Model Generation. A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers.

Supports

Néant

4. Modalités d'évaluation

Principe

A COMPLETER ?

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 10

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 2 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

Aspects juridiques et déontologiques de l'information			
Code	23_SOCM2B19DEON1	Caractère	Obligatoire
Bloc	2B	Quadrimestre(s)	Q1
Crédits ECTS	2 C	Volume horaire	20 h
Coordonnées du Titulaire de l'activité et des intervenants	Xavier MOULIGNEAU (xavier.mouligneau@helha.be)		
Coefficient de pondération	20		
Langue d'enseignement et d'évaluation	Français		

2. Présentation

Introduction

Expliquer aux étudiants différents aspects qui touchent à la liberté d'expression et de communication au sens large avec les limites, les restrictions, voire les interdictions en la matière. L'objectif est d'enseigner aux étudiants les règles de bonne conduite au niveau de leur future pratique professionnelle comme journaliste ou dans le domaine de la communication, notamment concernant le respect des personnes, etc.

Le cours vise également à développer la capacité des étudiants à évaluer les conséquences juridiques des choix qu'ils feront et des risques qu'ils prendront dans l'exercice de leur métier. Il sera notamment question de la responsabilité civile et pénale de la presse, du droit de réponse, du rôle du Conseil de déontologie journalistique, et d'organismes comme de Conseil Supérieur Audiovisuel ou le Jury d'Éthique Publicitaire.

Pré-requis: connaissance du système judiciaire belge (vu en BLOC 1 dans le cadre du cours Droit et institutions)

Objectifs / Acquis d'apprentissage

À l'issue du cours, l'étudiant(e) sera capable de: cerner les principales limites à la liberté d'expression et connaître les règles déontologiques qui régissent le métier de journaliste et notamment le Code de déontologie journalistique adopté par le Conseil de déontologie journalistique en octobre 2013

3. Description des activités d'apprentissage

Contenu

La protection de la vie privée, le droit à l'image, les droits et devoirs des journalistes, la déontologie de la presse d'information et d'entreprise, le conseil de déontologie journalistique, l'esprit d'objectivité, l'éthique journalistique.

Le cours vise à développer la capacité des étudiants à évaluer les conséquences juridiques des choix qu'ils feront et des risques qu'ils prendront dans l'exercice de leur métier.

Démarches d'apprentissage

Cours ex-cathedra, magistral mais interactif avec distribution d'un syllabus comprenant de nombreux exemples et études de cas tirés aussi bien de l'actualité, des décisions prises par le Conseil de déontologie journalistique, ainsi que de décisions de justice et de la jurisprudence illustrant les points de théorie évoqués. Le but du cours est d'aiguiser le regard critique des étudiants sur l'information et les diverses pratiques des médias, voire leurs dérives, et de les préparer à un meilleur exercice de leur future activité professionnelle.

Dispositifs d'aide à la réussite

Les étudiants ont la possibilité de consulter la copie de leur examen et d'avoir un éclairage sur leurs manquements.

Ouvrages de référence

HOEBEKE, Stéphane (2005), Le droit de la presse: presse écrite, presse audiovisuelle, presse électronique (2ème édition), Academia-Bruylant, 873 pages

STROWEL, Alain et TULKENS, François (2008), Médias et droit – tomes 1 et 2, Centre des Facultés Universitaires Catholiques pour le recyclage en droit, Anthemis

Code de déontologie journalistique, adopté par le Conseil de déontologie journalistique le 16 octobre 2013

Supports

Néant

4. Modalités d'évaluation

Principe

A COMPLETER ?

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

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 2 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_SOCM2B19JOUR3	Caractère	Obligatoire
Bloc	2B	Quadrimestre(s)	Q1
Crédits ECTS	2 C	Volume horaire	20 h
Coordonnées du Titulaire de l'activité et des intervenants	Michel PAQUOT (michel.paquot@helha.be)		
Coefficient de pondération	20		
Langue d'enseignement et d'évaluation	Français		

2. Présentation

Introduction

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 :

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 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 encounter 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 à partir du syllabus; Travaux pratiques

Dispositifs d'aide à la réussite

Travaux d'écriture et suivi personnalité 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

Supports

Néant

4. Modalités d'évaluation

Principe

A COMPLETER ?

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

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 2 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_SOCM2B19RP3	Caractère	Obligatoire
Bloc	2B	Quadrimestre(s)	Q1
Crédits ECTS	2 C	Volume horaire	20 h
Coordonnées du Titulaire de l'activité et des intervenants	Laurence CHARON (laurence.charon@helha.be)		
Coefficient de pondération	20		
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 Enoncer 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 4 grandes thématiques : - La place de la communication dans l'approche marketing management global - Le plan de communication - Les relations presse - La communication interne

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 Claroline 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. Des quizz portant sur des questions de théorie sont réalisés par écrit après chaque chapitre. 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. Remarque : les présences seront faites à chaque cours.

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 Bouillercie 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 Claroline

4. Modalités d'évaluation

Principe

Les modalités et critères d'évaluation sont remis aux étudiants lors du premier cours « relations publiques et publicité » de Bloc 2. Ces modalités et critères seront revus au dernier cours du 1er quadrimestre.

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

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 2 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 20 : Axe professionnel 4			
Code	SOCM2B20	Caractère	Obligatoire
Bloc	2B	Quadrimestre(s)	Q2
Crédits ECTS	5 C	Volume horaire	58 h
Coordonnées des responsables et des intervenants dans l'UE	Frédéric JANUS (frederic.janus@helha.be) Jimmy TANGHE (jimmy.tanghe@helha.be) Xavier MOULIGNEAU (xavier.mouligneau@helha.be) Michel PAQUOT (michel.paquot@helha.be) Laurence CHARON (laurence.charon@helha.be)		
Coefficient de pondération	50		
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 comprend les activités d'apprentissage suivantes :

Référence aux fiches ECTS des 5 cours de l'axe professionnel 3 (UE 19) et de l'axe professionnel 4 (UE20), à savoir les cours de : Animation socioculturelle, Aspects juridiques et déontologiques de l'info, Journalisme, Relations publiques/Publicité, Stratégies de communication d'entreprise. Référence à l'UE 23 – Pratique professionnelle 2

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

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

Acquis d'apprentissage visés**Néant****Liens avec d'autres UE**

Prérequis pour cette UE : aucun

Corequis pour cette UE : UE19

3. Description des activités d'apprentissage

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

SOCM2B20AS4	Animation socioculturelle	10 h / 1 C
SOCM2B20COE4	Stratégies de communication d'entreprise	18 h / 1 C
SOCM2B20DEON2	Aspects juridiques et déontologiques de l'information	10 h / 1 C
SOCM2B20JOUR4	Journalisme	10 h / 1 C
SOCM2B20RP4	Relations publiques/Publicité	10 h / 1 C

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

4. Modalités d'évaluation

Les 50 points attribués dans cette UE sont répartis entre les différentes activités de la manière suivante :

SOCM2B20AS4	Animation socioculturelle	10
SOCM2B20COE4	Stratégies de communication d'entreprise	10
SOCM2B20DEON2	Aspects juridiques et déontologiques de l'information	10
SOCM2B20JOUR4	Journalisme	10
SOCM2B20RP4	Relations publiques/Publicité	10

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**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 2 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_SOCM2B20AS4	Caractère	Obligatoire
Bloc	2B	Quadrimestre(s)	Q2
Crédits ECTS	1 C	Volume horaire	10 h
Coordonnées du Titulaire de l'activité et des intervenants	Frédéric JANUS (frederic.janus@helha.be)		
Coefficient de pondération		10	
Langue d'enseignement et d'évaluation		Français	

2. Présentation

Introduction

Le cours vise à permettre à l'étudiant de se faire une représentation concrète du métier d'animateur socioculturel et de s'interroger sur les enjeux culturels, la place et le rôle de la culture dans la société.

Objectifs / Acquis d'apprentissage

Définir, d'expliquer et d'exemplifier des notions telles que :

- la culture, ses objets, ses fonctions
- les droits culturels
- l'accès à la culture
- la démocratisation de la culture et la démocratie culturelle
- l'éducation permanente
- les rôles et fonctions de l'animateur socioculturel.

Concevoir et réaliser une action de sensibilisation à l'accès à la culture

3. Description des activités d'apprentissage

Contenu

L'animation socioculturelle

- A. la culture ; définitions
- B. les droits culturels
- C. L'accès à la culture
- D. la démocratisation culturelle
 - E. la démocratie culturelle
 - F. l'éducation permanente
 - G. L'animation socioculturelle

Démarches d'apprentissage

Alternance entre apports théoriques, exemplification, rencontres de professionnels de terrain, débats

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

Une farde de lecture est distribuée aux étudiants ainsi qu'un document de synthèse.

4. Modalités d'évaluation

Principe

Néant

Pondérations

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

Exe = Examen écrit

La pondération de cette activité d'apprentissage au sein de l'UE dont elle fait partie vaut 10

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 2 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

Stratégies de communication d'entreprise			
Code	23_SOCM2B20COE4	Caractère	Obligatoire
Bloc	2B	Quadrimestre(s)	Q2
Crédits ECTS	1 C	Volume horaire	18 h
Coordonnées du Titulaire de l'activité et des intervenants	Jimmy TANGHE (jimmy.tanghe@helha.be)		
Coefficient de pondération		10	
Langue d'enseignement et d'évaluation		Français	

2. Présentation

Introduction

« De nos jours, les entreprises qui réussissent - qu'elles soient grandes ou petites, commerciales ou à but non lucratif, nationales ou mondialisées - ont toutes quelque chose en commun : elles se concentrent en priorité sur le client et accordent une importance extrême au marketing, dont l'objectif consiste précisément à nouer et à entretenir des relations rentables avec les clients. Le marketing vise à la fois à séduire de nouveaux acheteurs, par la promesse d'une valeur supérieure, mais aussi à conserver et à développer la clientèle existante en lui apportant toute la satisfaction nécessaire. »*

Je vous propose de découvrir ensemble et avec des exemples concrets les grands principes du marketing dans le cadre du cours de « Stratégies de communication des entreprises ». Vous constaterez rapidement que le marketing d'aujourd'hui se pratique aussi dans les organisations à but non lucratif.

Ce cours est donc utile pour tous les étudiants de la section communication: R.P., A.S. et journalistes.

Mon objectif : vous initier et vous sensibiliser à la « démarche marketing ».

Jimmy TANGHE

Titulaire du cours de « Stratégies de communication »

* Extrait de la ressource que je vous conseille de lire pour ce cours: Principes de marketing, Gary ARMSTRONG & Philip KOTLER (Pearson Education France 2013 – 11ème édition), Partie 1, page 27.

Remarques :

La présence aux modules de cours et de séances de travail est obligatoire.

Toute absence devra faire l'objet d'une justification écrite.

Pré-requis :

Cours BAC 1 « Introduction à la communication » et « Relations publiques et publicité »

Objectifs / Acquis d'apprentissage

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

- Appréhender les grands principes du marketing et des stratégies de communication des entreprises.
- Maîtriser les différentes notions entourant le marketing.
- Comprendre comment le marketing se met en place dans une entreprise, en fonction non seulement de ses objectifs, mais aussi de son environnement et de ses performances.
- Cerner les enjeux des choix stratégiques d'une entreprise.
- Expliquer l'importance d'une bonne compréhension des clients, du marché et du marketing intégré et orienté client.
- Décrire les tendances et les évolutions du marketing (importance et enjeux).

3. Description des activités d'apprentissage

Contenu

Partie 2

- Bâtir des relations rentables et assurer la satisfaction des clients
 - o Gestion de la relation client : nouer des relations solides avec les clients sélectionnés
 - o Gestion des relations de partenariat : nouer des relations solides avec les partenaires marketing
- Capturer la valeur créée par les clients pour générer des bénéfices et développer le capital client
 - o Satisfaire et fidéliser les clients
 - o Capturer la valeur à vie des clients
 - o Accroître la part de marché et la part de client

Les tendances et évolutions des stratégies de communication des entreprises: l'avènement du numérique (médias et réseaux sociaux), l'accélération de la mondialisation, l'appel à davantage d'éthique et de responsabilité sociale et le développement du marketing dans le secteur à but non lucratif.

Démarches d'apprentissage

- Cours magistral interactif pour la définition des concepts.
- Exploitation de cas pratiques, articles, vidéos, etc. afin d'illustrer les théories.
- Exercices pratiques, dont certains en lien avec le cours de « Relations publiques et publicité » BAC 2.
- Notes de cours disponibles en ligne (via Claroline). Ce qui permet aux étudiants de disposer des documents projetés en cours et de retrouver les divers liens montrés et commentés : articles, vidéos, sites web, etc.

Dispositifs d'aide à la réussite

Un « test blanc » est prévu lors du dernier cours afin d'aider l'étudiant(e) à préparer au mieux son examen.

Lors de chaque début de cours un retour sur les concepts-clés de la session précédente est organisé pour aider l'étudiant à comprendre au mieux la matière.

Ouvrages de référence

RESSOURCE OBLIGATOIRE (BASE THÉORIQUE DU COURS) :

- Principes de marketing, Gary ARMSTRONG & Philip KOTLER (Pearson Education France, 2013 - 11ème édition);

Ressources recommandées :

- Plusieurs références de la collection « Le succès en poche », éditeur : Demos Editions, et notamment : « L'analyse SWOT », « Le marketing-mix ou mix marketing : de la stratégie à l'opérationnel », « Marketing stratégique : segmentation, ciblage et positionnement », « Qu'est-ce qu'un tableau de bord marketing ? », « Qu'est-ce que le marketing direct ? »
- Marketing digital, Dave Chaffey & Fiona Ellis-Chadwick (Pearson Education France, 2014 - 5ème édition);
- Marketing Management, Philippe KOTLER, Kevin KELLER et Delphine MANCEAU (Broché, Pearson Education France, 2012 - 14ème édition);
- Mercator : Théories et nouvelles pratiques du marketing, J. LENDREVIE, J. LEVY, (Broché, Dunod, 2013 - 10ème édition);
- Communicator, toute la communication d'entreprise, Marie-Hélène WESTPHALEN & Thierry LIBAERT (Broché, Dunod, 2012, 6ème édition) ;
- Strategor - Toute la stratégie d'entreprise, Laurence LEHMANN-ORTEGA, Frédéric LEROY, Bernard GARRETTE et Pierre DUSSAUGE (Broché, Dunod, Livres en Or, 2013 - 6ème édition)
- Stratégique, Gerry JOHNSON, Kevan SCHOLLES, Richard WHITTINGTON, Frédéric FRÉRY (Broché, Pearson Education, 2011 - 9ème édition).
- Publicitor - Publicité online et offline - TV - Presse - Internet - Mobiles - Tablettes..., Jacques LENDREVIE, Arnaud DE BAYNAST (Broché, Dunod, Livres en Or, 2014 - 8ème édition) ;
- Communication professionnelle en ligne : Comprendre et exploiter les médias et réseaux sociaux de Fred COLANTONIO, Alain LEROY et Sylvain LAUWERS (Broché, Edipro, 2011) ;
- Réseaux sociaux - Comprendre et maîtriser ces nouveaux outils de communication, Romain RISSOAN (Broché, Editions ENI, Marketing Book, 2012, 3ème édition) ;

- Comment développer votre activité grâce aux médias sociaux - Facebook, Twitter, Viadeo, LinkedIn et les autres plateformes sociales, Valérie MARCH (Dunod, J'ouvre ma boîte, 2011) ;
- Le Community Management - Stratégies et bonnes pratiques pour interagir avec vos communautés, Catherine ERTZSCHEID, Benoît FAVERIAL, Sylvain GUÉGUEN (Broché, Diatino, Médias sociaux, 2010) ;
- Storytelling - Réenchantez votre communication, Sébastien DURAND, (Broché, Dunod, Tendances Marketing, 2011)
- Business Model nouvelle génération, Alexander Osterwalder et Yves Pigneur (Pearson Education France, 2011). Édition originale de cet ouvrage a été publiée aux États-Unis par John Wiley & Sons, Inc., sous le titre Business Model Generation. A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers.

Supports

Néant

4. Modalités d'évaluation

Principe

Néant

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 10

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 2 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

Aspects juridiques et déontologiques de l'information			
Code	23_SOCM2B20DEON2	Caractère	Obligatoire
Bloc	2B	Quadrimestre(s)	Q2
Crédits ECTS	1 C	Volume horaire	10 h
Coordonnées du Titulaire de l'activité et des intervenants	Xavier MOULIGNEAU (xavier.mouligneau@helha.be)		
Coefficient de pondération		10	
Langue d'enseignement et d'évaluation		Français	

2. Présentation

Introduction

Expliquer aux étudiants les limites, les restrictions, voire les interdictions en matière de liberté d'expression. L'objectif est d'enseigner aux étudiants les règles de bonne conduite au niveau de leur future pratique professionnelle comme journaliste ou dans le domaine de la communication, notamment concernant le respect des personnes, etc.

Objectifs / Acquis d'apprentissage

À l'issue du cours, l'étudiant(e) sera capable de: cerner les principales limites à la liberté d'expression et de comprendre le rôle d'organismes comme le Conseil Supérieur Audiovisuel ou le Jury d'Ethique Publicitaire.

3. Description des activités d'apprentissage

Contenu

Le cours vise à développer la capacité des étudiants à évaluer les conséquences juridiques des choix qu'ils feront et des risques qu'ils prendront dans l'exercice de leur métier. Il sera notamment question de la responsabilité civile et pénale de la presse, le droit de réponse, le rôle du Conseil Supérieur de l'Audiovisuel et du Jury d'Ethique Publicitaire, etc

Démarches d'apprentissage

Cours ex-cathedra, magistral mais interactif avec distribution d'un syllabus comprenant de nombreux exemples et études de cas tirées aussi bien de l'actualité, des décisions de justice et de la jurisprudence illustrant les points de théorie évoqués.

Dispositifs d'aide à la réussite

Les étudiants ont la possibilité de consulter la copie de leur examen et d'avoir un éclairage sur leurs manquements.

Ouvrages de référence

HOEBEKE, Stéphane (2005), Le droit de la presse: presse écrite, presse audiovisuelle, presse électronique (2ème édition), Academia-Bruylant, 873 pages

Supports

Néant

4. Modalités d'évaluation

Principe

Néant

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 10

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 2 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_SOCM2B20JOUR4	Caractère	Obligatoire
Bloc	2B	Quadrimestre(s)	Q2
Crédits ECTS	1 C	Volume horaire	10 h
Coordonnées du Titulaire de l'activité et des intervenants	Michel PAQUOT (michel.paquot@helha.be)		
Coefficient de pondération	10		
Langue d'enseignement et d'évaluation	Français		

2. Présentation

Introduction

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 :

- 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
- 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 encounter
- 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 à partir du syllabus, illustré par des exemples présentés et commentés en classe
- Travaux pratiques présentés et commentés en classe

Dispositifs d'aide à la réussite

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, 1998

Supports

Néant

4. Modalités d'évaluation

Principe

Néant

Pondérations

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

Trv = Travaux, Exe = Examen écrit

La pondération de cette activité d'apprentissage au sein de l'UE dont elle fait partie vaut 10

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 2 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_SOCM2B20RP4	Caractère	Obligatoire
Bloc	2B	Quadrimestre(s)	Q2
Crédits ECTS	1 C	Volume horaire	10 h
Coordonnées du Titulaire de l'activité et des intervenants	Laurence CHARON (laurence.charon@helha.be)		
Coefficient de pondération	10		
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 Bac 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 Bac 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 2 grandes thématiques :

- L'organisation d'un événement
- La publicité, outil de communication commerciale

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 Claroline 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.
- Des quizz portant sur des questions de théorie sont réalisés par écrit après chaque chapitre.
- 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.
- Remarque : les présences seront faites à chaque cours.

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) ;
- 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 Bouillercce et Emmanuel Carré (Editions Retz, Paris 2004) ;
- 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 Claroline

4. Modalités d'évaluation

Principe

Néant

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 10

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 2 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 21 : Traitement image 2			
Code	SOCM2B21	Caractère	Obligatoire
Bloc	2B	Quadrimestre(s)	Q1Q2
Crédits ECTS	7 C	Volume horaire	110 h
Coordonnées des responsables et des intervenants dans l'UE	Marie GOBERT (marie.gobert@helha.be) Christian DUBOIS (christian.dubois@helha.be)		
Coefficient de pondération	70		
Cycle et niveau du Cadre Francophone de Certification	bachelier / niveau 6 du CFC		
Langue d'enseignement et d'évaluation	Français		

2. Présentation

Introduction

Cette UE englobe les cours d'Expression vidéo et de TIC.

Enseignants cours de vidéo: X. Simon et C. Dubois

Enseignantes cours de TIC: C. Delcoigne et M. Gobert

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**

- 2.1 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
- 2.4 Travailler en équipe

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

- 3.1 Identifier et s'appropriier 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

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
- 5.3 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

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

- 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

Acquis d'apprentissage visés

- 1. développer une culture visuelle
- 2. maîtriser les outils et techniques permettant de faire passer un message visuel (vidéo et prépresse)

3. se familiariser avec les logiciels et les plateformes pour devenir opérationnel
4. réaliser des outils de communication visuelle (affiches, brochures, dépliants... mais aussi vidéo)

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 :

SOCM2B21EV2	Expression vidéo	20 h / 2 C
SOCM2B21TIC2	Informatique	90 h / 5 C

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

4. Modalités d'évaluation

Les 70 points attribués dans cette UE sont répartis entre les différentes activités de la manière suivante :

SOCM2B21EV2	Expression vidéo	20
SOCM2B21TIC2	Informatique	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

Examens : TIC = Indesign 25% ; Illustrator 25% ; Photoshop 25 %

Travail : mise en page du rapport de stage (de l'UE23 pratique professionnelle") 25 % (par ailleurs, ce travail compte pour 10% dans l'évaluation de l'AA rapport de stage, UE23)

Expression vidéo = 100% travaux pratiques

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 2 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

Expression vidéo			
Code	23_SOCM2B21EV2	Caractère	Obligatoire
Bloc	2B	Quadrimestre(s)	Q1Q2
Crédits ECTS	2 C	Volume horaire	20 h
Coordonnées du Titulaire de l'activité et des intervenants	Christian DUBOIS (christian.dubois@helha.be)		
Coefficient de pondération		20	
Langue d'enseignement et d'évaluation		Français	

2. Présentation

Introduction

Enseignants cours de vidéo: X. Simon et C. Dubois

L'atelier de vidéo est une introduction à l'utilisation des outils vidéo: caméra et station de montage. Son objectif est de permettre aux étudiants l'utilisation de la caméra afin de réaliser des prises de vue de type professionnel et de découvrir un logiciel de montage professionnel utilisé en télévision.

L'étudiant devra acquérir les fondamentaux de la prise de vue (maîtrise technique de la caméra, les règles du cadrage et les différents types de plan) et les bases du montage (maîtrise du logiciel Final Cut Pro, grammaire du montage, enregistrement de commentaire et illustration sonore).

Objectifs / Acquis d'apprentissage

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

- Réaliser une prise de vue correcte répondant aux exigences du reportage télévisé
- Réaliser un montage vidéo simple

3. Description des activités d'apprentissage

Contenu

1. Maîtrise du matériel

Connaissance des différents composants d'une caméra vidéo

Connaissance des différents types de micro

Utilisation d'un pied caméra

Manipulation de la caméra et maîtrise de la balance des blancs, du diaphragme, de la mise au point.

Utilisation du logiciel de montage Final Cut Pro

2. Connaissance des règles de tournage

Les différents types de plans

Les mouvements de caméra

Les raccords de plans

Le cadrage d'interview

3. Connaissance des bases du montage

Assemblage de plans dans le respect des règles du montage
Rédaction de commentaires et enregistrement d'une voix-off
Balance sonore et illustration musicale

Démarches d'apprentissage

- Support vidéo
- Tournage d'image suivi d'une évaluation
- Initiation au montage via grand écran

Dispositifs d'aide à la réussite

Exercices en séances
Chaque étape de l'apprentissage est immédiatement évaluée, corrigée
Questions-réponses

Ouvrages de référence

Néant

Supports

Néant

4. Modalités d'évaluation

Principe

Présence au cours obligatoire

Pondérations

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

Evc = Évaluation continue, Trv = Travaux

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

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 2 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

Informatique			
Code	23_SOCM2B21TIC2	Caractère	Obligatoire
Bloc	2B	Quadrimestre(s)	Q1Q2
Crédits ECTS	5 C	Volume horaire	90 h
Coordonnées du Titulaire de l'activité et des intervenants	Marie GOBERT (marie.gobert@helha.be)		
Coefficient de pondération	50		
Langue d'enseignement et d'évaluation	Français		

2. Présentation

Introduction

Enseignantes cours de TIC: C. Delcoigne et M. Gobert

Objectifs / Acquis d'apprentissage

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

- saisir les enjeux de la communication visuelle ;
- maîtriser un vocabulaire graphique, avoir un regard critique et une compréhension des moyens de créations d'image, lui permettant d'avoir un accès plus facile à la création et à la production de projets publicitaires ;
- maîtriser globalement les outils technico-graphiques afin de comprendre les attentes et les besoins des employeurs et des collaborateurs dans une vie professionnelle future ;
- dépasser la simple acquisition de connaissances ou de règles à appliquer. L'objectif est de rendre l'étudiant autonome afin de permettre un approfondissement ultérieur des T.I.C. (formation, livre, stage...) via une initiation de base aux logiciels Indesign (mise en page / prépresse), Illustrator (dessin vectoriel) et Photoshop (traitement de l'image) sur MacIntosh ainsi qu'à la création de pages WEB. Le cours initie les étudiants à la pratique de ceux-ci ;
- développer des compétences de savoir-faire au départ des savoirs-appris ;
- acquérir des attitudes et des comportements pour évoluer dans une société en mutation permanente.

3. Description des activités d'apprentissage

Contenu

IN DESIGN

Ce cours est orienté sur la pratique de l'outil inDesign en vue de finaliser la mise en page du rapport de stage que devront réaliser les étudiants sous forme de brochure imprimée et reliée chez un imprimeur professionnel. L'analyse de supports visuels divers est une des manières choisies pour développer le regard des étudiants et éveiller chez eux un sens de la lisibilité et de l'esthétique.

Question technique :

- Règles d'orthotypographie ;
- Notions de typographie et questions de lisibilité des fontes ;
- Approche des questions de lisibilité des textes imprimés ;
- Chaîne graphique et chaîne éditoriale (notions de gestion des formats de fichiers – numérisation – traitement de l'image) ;

- Découverte des outils et des principales palettes disponibles dans le logiciel ;
- Mise en rapport des palettes dans les divers logiciels de la Suite Adobe ;
- Création et gestion des maquettes de base pour l'édition, des feuilles de style pour l'édition ;
- Exploitation de la fonction d'habillage dans les mises en page ;
- Gestion des blocs de texte et d'image ; gestion des colonnes et alignements dans des documents multipages ;
- Gestion des premiers plans et arrière-plans ;
- Création de maquettes pour l'édition ;
- Réalisation de livrets, brochures, folders ou affiches.

Question graphique :

- Approche des questions de mise en page propre au mode du prépresse ;
- Approche de la question d'ergonomie d'une double page (lisibilité) etc. ;
- Réflexion graphique autour du « rapport de stage » des étudiants (travail que les étudiants doivent rédiger et mettre en page au terme de leur stage de 7 semaines). Brainstorming.

PHOTOSHOP

Question graphique :

- Lecture d'une image (sens factuel, contextuel, culturel, émotionnel...)
- Gestion des images (bitmap, résolution des images scannées, formats, colorimétrie)
- Respect des impératifs du mode d'édition (web ou impression)
- Création de visuels de communication au départ d'images existantes
- Montage, découpage, collage d'éléments graphiques articulés autour d'un message
- Approche des différents supports de communication - affiche, flyer, carton d'invitation, ...
- Développement personnel nourri par l'acquisition progressive d'un bagage artistique

Question technique :

Apprentissage des principales palettes disponibles (calques, tracés, couleurs, nuanciers, historique,...) et exploitation de la barre d'outils:

- Outils de dessin (crayon, pinceau, aérographe, plume vectorielle, forme vectorielle...)
- Outils de sélection (lasso, forme géométrique, baguette magique, tracé de sélection...)
- Outils de découpe/ de détournage (plume – outils de sélections)
- Outils de retouche (tampon, goutte, gomme, doigt, netteté, éponge...)
- Outil texte (+ masque d'écritage)
- Outil recadrage (ré-échantillonnage de l'image)

Travail sur la couleur (clarté, intensité, niveaux...), les effets et les filtres.

Culture visuelle et graphique :

- Espace d'échange culturel axé sur la communication visuelle en lien avec Photoshop

ILLUSTRATOR

Intention et créativité :

- Le pouvoir de l'image vectorielle (étude des signes)
- Synthétiser un message à véhiculer par la forme graphique
- Reconnaître des identités graphiques et pouvoir être critique
- Exercer sa mémoire visuelle comme ressource pour créer des visuels de communication
- Créer et dessiner des logotypes, des pictogrammes, des personnages, des affiches...
- Comprendre et utiliser une charte graphique
- Stimuler sa créativité et découvrir sa « patte » à travers un cahier d'idées

Réalisation technique :

- Découverte et utilisation de l'interface, de ses outils, de ses palettes
- Outils de dessin libre (pinceau, crayon)
- Outils de dessin vectoriel de base (plume, formes primitives)
- Palettes couleurs, dégradés, attributs de contour et de fond, pipette, nuancier...)

- Outils de sélection vectorielle (flèche noire et flèche blanche)
- Outils de découpe (pathfinder)
- Ornementation (symboles, ...)
- Tracé transparent
- Outils textes (vectorisation, masque d'écritage, effets...)
- Utilisation des calques, des règles et des repères

Culture visuelle et graphique :

- Espace d'échange culturel axé sur la communication visuelle en lien avec Illustrator

Démarches d'apprentissage

Pour le groupe Illustrator et Photoshop , le cours est pensé de façon cumulée et évolutive. Les apprentissages sont récupérés d'un programme à l'autre afin d'élargir au maximum les questions de communication graphique et les connaissances des étudiants. Un axe culture visuelle et graphique est développé dans le cours pour forger un œil critique et éveiller la créativité de l'étudiant.

Pour Indesign, Illustrator et Photoshop , la démarche est expositive, interrogative, de recherche, de découverte... Le cours est organisé comme un atelier. La présence aux cours est indispensable pour une bonne évolution de l'étudiant.

Dispositifs d'aide à la réussite

Tout au long du cours, le « rapport de stage » sert de fil rouge afin d'aider les étudiants à développer leur créativité, trouver des idées pertinentes, etc. Un test blanc est proposé en guise de préparation à l'examen.

Ouvrages de référence

Néant

Supports

Des notes de cours sont proposées sur l'intranet. L'aide en ligne est autorisée.

4. Modalités d'évaluation

Principe

L'évaluation se fait via des épreuves différentes :

INDESIGN : examen pratique 25 % * PHOTOSHOP : examen pratique 25 % * ILLUSTRATOR : examen pratique 25 %

Travail : la mise en page du rapport de stage (UE23 pratique professionnelle) est évaluée dans cette UE à hauteur de 25 %. Elle est également évaluée à hauteur de 10% dans l'AA « rapport de stage » de l'UE23.

Pondérations

	Q1		Q2		Q3	
	Modalités	%	Modalités	%	Modalités	%
production journalière			Rap	25	Rap	25
Période d'évaluation			Exp	75	Exp	75

Rap = Rapport(s), Exp = Examen pratique

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

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 2 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 22 : Expression 2			
Code	SOCM2B22	Caractère	Obligatoire
Bloc	2B	Quadrimestre(s)	Q1Q2
Crédits ECTS	8 C	Volume horaire	110 h
Coordonnées des responsables et des intervenants dans l'UE	Françoise QUOIBACH (francoise.quoidbach@helha.be) Michel PAQUOT (michel.paquot@helha.be) Aniko OZORAI (aniko.ozorai@helha.be) Astrid LACROIX (astrid.lacroix@helha.be) Jean-Loup VISEUR (jean-loup.viseur@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

Enseignants cours d'expression écrite: F. Quoidbach et M. Paquot

Enseignantes cours d'expression orale: S. Delbart et A. Ozorai

Enseignante cours de Communication de groupe: A. Lacroix

Enseignant cours de radio: J-L Viseur

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**

- 1.1 Maîtriser la langue française écrite et orale requise par les professions visées
- 1.2 Adopter un comportement adéquat par rapport à la situation et à son interlocuteur

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
- 2.4 Travailler en équipe

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

- 3.1 Identifier et s'appropriier 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**

- 4.2 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
- 5.3 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
 - 6.3 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

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 :

SOCM2B22EE2	Expression écrite	30 h / 2 C
SOCM2B22EO2	Expression orale et non verbale	30 h / 2 C
SOCM2B22GROUP	Communication de groupe	30 h / 2 C
SOCM2B22SON2	Expression radio	20 h / 2 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 :

SOCM2B22EE2	Expression écrite	20
SOCM2B22EO2	Expression orale et non verbale	20
SOCM2B22GROUP	Communication de groupe	20
SOCM2B22SON2	Expression radio	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

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 2 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

Expression écrite			
Code	23_SOCM2B22EE2	Caractère	Obligatoire
Bloc	2B	Quadrimestre(s)	Q1Q2
Crédits ECTS	2 C	Volume horaire	30 h
Coordonnées du Titulaire de l'activité et des intervenants	Michel PAQUOT (michel.paquot@helha.be)		
Coefficient de pondération		20	
Langue d'enseignement et d'évaluation		Français	

2. Présentation

Introduction

Enseignants : F. Quoidbach et M. Paquot

Très bonne connaissance de la langue française.

Objectifs / Acquis d'apprentissage

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

- repérer le type d'organisation d'un texte
- Repérer et justifier (en relever les indices) le thème et la progression thématique d'un texte
- Repérer et justifier les séquences textuelles (narrative, descriptive, explicative, argumentative)
- Repérer et justifier le point de vue d'un texte
- Repérer et justifier le registre d'un texte
- Repérer et justifier la cohérence d'un texte
- être capable d'écrire un texte d'un type et d'un registre donnés ;
- Lire et déchiffrer un texte pour en sélectionner les éléments importants
- Rédiger un texte en français correct d'un point de vue grammatical et cohérent dans sa structure et son argumentation
- Porter un regard critique sur un texte

3. Description des activités d'apprentissage

Contenu

Grammaire du texte :

- Types et genres
- Séquences narrative, descriptive, explicative, argumentative
- Types de progression thématique
- Constance du point de vue
- Quelques registres possibles
- Cohérence d'un texte

Trois travaux pratiques à faire en classe et à la maison :

- Ecrire le résumé d'un article en une longueur précise.

- Ecrire un portrait à partir d'une interview
- Ecrire un texte de synthèse à partir d'un ensemble d'articles
- Ces travaux exigent de l'attention, de la concentration, de la rigueur, de l'application, de prise de distance, de la réflexion et de la relecture.

Démarches d'apprentissage

- Observation de textes littéraires et tirés de la presse écrite pour comprendre les concepts clés qui sous-tendent la cohérence d'un texte.
- Exercices d'analyse de textes
- Écriture ou réécriture de textes
- Il s'agit d'une approche par situation-problème fondée sur l'autoconstruction des savoirs. Les étudiants doivent accomplir une tâche précise en un temps déterminé, en surmontant certains obstacles pratiques (délai) et intellectuels (compréhension, synthétisation, production écrite).
- L'enseignant lit avec eux les textes. Il explique ce qui n'est pas clair et insiste sur les points importants notés au tableau. L'enseignant propose aussi un plan pour leur travail. Les étudiants travaillent d'abord par groupes de deux ou trois (confrontation des choix, des arguments à partir du texte initial) puis seuls lors de l'écriture du texte.

Dispositifs d'aide à la réussite

Au fur et à mesure de la préparation de leur travail (lecture, réflexion) puis de l'écriture, les étudiants peuvent poser toutes les questions qu'ils souhaitent. L'enseignant est à la disposition des étudiants pour relire leurs premiers jets pour leur indiquer s'ils sont dans la bonne direction et les aider à se réorienter si nécessaire.

Ouvrages de référence

- Articles tirés de la presse écrite ou en ligne
- Crépin, M. Loridon, E. Pouzalgues-Damon, Français, Méthodes et techniques

Supports

- Les supports sont les textes distribués à partir desquels les étudiants doivent rédiger un texte personnel. Ces textes possèdent les informations suffisantes pour mener à bien leurs travaux. Mais s'ils veulent enrichir leur connaissance des sujets abordés, ils peuvent aller chercher d'autres informations sur Internet (ou lire le livre dont il est question dans le troisième travail).

4. Modalités d'évaluation

Principe

F. Quidbach : **100% examen écrit** en janvier

M. Paquot: **60% pour les travaux** et **40% pour l'examen écrit** en juin

Pondérations

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

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

Dispositions complémentaires

F. Quoidbach: 50%

M. Paquot: 50%

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 2 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

Expression orale et non verbale			
Code	23_SOCM2B22EO2	Caractère	Obligatoire
Bloc	2B	Quadrimestre(s)	Q1Q2
Crédits ECTS	2 C	Volume horaire	30 h
Coordonnées du Titulaire de l'activité et des intervenants	Aniko OZORAI (aniko.ozorai@helha.be)		
Coefficient de pondération	20		
Langue d'enseignement et d'évaluation	Français		

2. Présentation

Introduction

Enseignantes: S. Delbart et A. Ozorai

Etre capable de s'exprimer dans tous types de situations professionnelles en utilisant un vocabulaire adapté et varié et en phase avec le média ou le public ciblé

Objectifs / Acquis d'apprentissage

- Lors de cette deuxième année, les élèves sont amenés à travailler l'expression orale de façon plus professionnelle dans diverses situations en classe mais aussi au travers de travaux pratiques sur le terrain.
- La prise de conscience de la posture et de l'attitude en général (pour le non-verbal) reste également omniprésente.

3. Description des activités d'apprentissage

Contenu

Débats, témoignages, entretiens, interviews radio, présentation d'un power- point et d'une conférence de presse, visites guidées, enregistrements vidéos de billets d'actualité... avec évaluations individuelles ou collectives lors de chaque cours.

Démarches d'apprentissage

Aniko Ozorai :

Exercices pratiques individuels ou en groupe .

Productions immédiates (mise en situation, jeux de rôles..) ou préparées (conférences de presse, participation à des événements...) avec présentations – occasionnellement filmées, évaluations et auto-évaluations dans un esprit constructif et de progression.

Activité extérieure

Approche interactive

Approche par situation-problème

Emploi des nouvelles technologies

Groupe de discussion

Jeu de rôles

Travail de groupes
Travail en autonomie

Stéphanie Delbart :

Exercices pratiques individuels ou en groupe : l'entretien de stage/ d'embauche, la technique de l'interview, la présentation avec support visuel, la conférence de presse, le discours, jeux de rôle et techniques d'improvisation afin de faciliter la prise de parole en public.

Dispositifs d'aide à la réussite

Néant

Ouvrages de référence

Néant

Supports

Néant

4. Modalités d'évaluation

Principe

Aniko Ozorai:

Juin: tests durant l'année (70%) et examen (30%)

Septembre : 100 % examen

Stéphanie Delbart:

Juin : tests durant l'année(50%) et examen (50%)

Septembre : 100% examen

Pondérations

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

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

Dispositions complémentaires

Présence aux cours obligatoire. Toute absence devra être justifiée.

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 2 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

Communication de groupe			
Code	23_SOCM2B22GROUP	Caractère	Obligatoire
Bloc	2B	Quadrimestre(s)	Q1Q2
Crédits ECTS	2 C	Volume horaire	30 h
Coordonnées du Titulaire de l'activité et des intervenants	Astrid LACROIX (astrid.lacroix@helha.be)		
Coefficient de pondération	20		
Langue d'enseignement et d'évaluation	Français		

2. Présentation

Introduction

Le cours de communication de groupe a pour visée d'initier les étudiants à la gestion des groupes, en ce compris les canaux et modalités de communication, et à leur application au contexte spécifique des relations au sein des organisations professionnelles visées par la formation.

Objectifs / Acquis d'apprentissage

Savoir :

- connaître les principaux phénomènes de groupe ;
- identifier les différentes étapes du développement d'un groupe et les types de groupes.
- Connaître les techniques d'animation de réunions

Savoir-faire :

- être capable d'observer un groupe, en fonction des notions théoriques vues en classe ;
- être capable d'analyser des phénomènes de groupes.
- être capable d'animer une réunion

Savoir-être :

prendre conscience de son type de participation dans un groupe et améliorer sa performance dans un groupe

3. Description des activités d'apprentissage

Contenu

Définition, types de groupes, caractéristiques ;

Méthodes d'observation et d'analyse ; acquisition d'outils d'évaluation de l'activité collective et d'outils de gestion des groupes (négociation, gestion de conflits,...)

Schéma de développement d'un groupe, étapes de la vie d'un groupe, éléments de cohésion ;

Principaux phénomènes de groupes : rôles et communication, pouvoir et leadership, schémas de communication, etc.

Animation de groupes, animation de réunion, diverses méthodologies de gestion de groupes.

Démarches d'apprentissage

Exposés théoriques, exercices pratiques, discussions à partir de l'observation et de l'analyse des exercices (la participation au cours est indispensable !).

Visionnement et analyse de film(s).

Les concepts théoriques seront toujours précédés ou suivis de mises en situation.:

Différentes ressources : Power point, vidéos, témoignages, analyse de documents (travaux individuels et de groupe), étude de cas,... Un cours en ligne (claroline) 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.

Dispositifs d'aide à la réussite

Exercices en séance

Questions-réponses

Supports complémentaires proposés aux étudiants (cours claroline).

Ouvrages de référence

GRUERE J-P, STERN P., Faciliter la communication de groupe, Editions d'Organisation, Paris, 2002.

MUCCHIELLI R., La conduite des réunions, ESF Editeur, Paris, 2004.

BEVILLE G., Jeux de communication, Editions d'Organisation, Paris, 1995.

Supports

Notes de cours, supports vidéos, cours claroline.

4. Modalités d'évaluation

Principe

- Examen écrit : 50% (concepts vus au cours : théorie et pratique (analyse de cas))
- Examen oral de groupe : 50% (lors du derniers cours)

En seconde session l'examen oral de groupe sera remplacé par un travail individuel à présenter en session d'examen

Toute absence à une partie d'examen entraînera automatiquement une note PP.

Pondérations

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

Exe = Examen écrit, Exo = Examen oral

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

Dispositions complémentaires

Présence aux ateliers obligatoire. Toute absence sera dûment justifiée.

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 2 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

Expression radio			
Code	23_SOCM2B22SON2	Caractère	Obligatoire
Bloc	2B	Quadrimestre(s)	Q1Q2
Crédits ECTS	2 C	Volume horaire	20 h
Coordonnées du Titulaire de l'activité et des intervenants	Jean-Loup VISEUR (jean-loup.viseur@helha.be)		
Coefficient de pondération		20	
Langue d'enseignement et d'évaluation		Français	

2. Présentation

Introduction

Les étudiants ont reçu en bac 1 les bases pour les techniques de micro-trottoirs, et techniques d'interviews radio ainsi que l'étude du logiciel Sound Forge pour les montages

Objectifs / Acquis d'apprentissage

À l'issue du cours, l'étudiant(e) sera capable de maîtriser les techniques de la réalisation d'une émission de radio avec les différentes rubriques et l'animation.

Ils pourront ainsi connaître tous les aspects de la réalisation d'une émission radio à des fins informatives.

Ils devront réaliser des interviews et rédiger des billets qui alimenteront leurs rubriques. Ils seront ainsi confrontés à la réalité du métier.

Par groupe de 20 étudiants, ils devront réaliser en trois jours (cours bloc) une émission de radio d'une heure avec différentes rubriques. (actualités internationale et régionale, rubrique culturelle, rubrique sportive et un sujet d'actualité du jour).

3. Description des activités d'apprentissage

Contenu

Celui-ci a été expliqué en point 2. Les différentes rubriques seront réalisées en petits groupes (quatre étudiants chaque fois).

Démarches d'apprentissage

Certains étudiants prendront ensuite la responsabilité de la WebRadio de la Helha en réalisant chaque semaine deux émissions d'une heure chacune (le lundi et mercredi entre 19h et 20h)

Dispositifs d'aide à la réussite

Néant

Ouvrages de référence

Néant

Supports

Néant

4. Modalités d'évaluation

Principe

Néant

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

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 2 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 23 : Pratique professionnelle			
Code	SOCM2B23	Caractère	Obligatoire
Bloc	2B	Quadrimestre(s)	Q1Q2
Crédits ECTS	16 C	Volume horaire	240.25 h
Coordonnées des responsables et des intervenants dans l'UE	Frédéric JANUS (frederic.janus@helha.be)		
Coefficient de pondération	160		
Cycle et niveau du Cadre Francophone de Certification	bachelier / niveau 6 du CFC		
Langue d'enseignement et d'évaluation	Français		

2. Présentation

Introduction

Enseignants:

CHARON Laurence Laurence.charon@helha.beJANUS Frédéric frederic.janus@helha.beLEGGE Jacky jacky.legge@helha.beMOULIGNEAU Xavier Xavier.mouligneau@helha.bePAQUOT michel michel.paquot@helha.beOZORAÏ Aniko aniko.ozoraï@helha.beTANGHE Jimmy jimmy.tanghe@helha.beDELBART Stéphanie stephanie.delbart@helha.be

Cette unité a pour objectif de permettre à l'étudiant de :

- Réaliser un stage de pratique professionnelle
- Rédiger un rapport réflexif sur sa pratique de stage
- Concevoir et mettre un projet collectif dans son intégralité

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

- Etablir une communication professionnelle
- Inscrire sa pratique dans une réflexion critique, citoyenne et responsable
- Interagir avec le milieu professionnel
- Comprendre les domaines de la communication et de l'information
- Maîtriser les outils de la communication et de l'information
- Gérer un projet de communication et d'information dans sa globalité

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**

- 1.1 Maîtriser la langue française écrite et orale requise par les professions visées
- 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
- 2.4 Travailler en équipe
- 2.5 Négocier

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
- 3.3 Participer à l'évolution de son environnement professionnel
- 3.4 Analyser une situation en tenant compte de son contexte (social, politique, culturel, ...)

Acquis d'apprentissage visés

Néant

Liens avec d'autres UE

Prérequis pour cette UE : UE13

Corequis pour cette UE : aucun

3. Description des activités d'apprentissage

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

SOCM2B23PROJE	Projet professionnel citoyen	30 h / 2 C
SOCM2B23RS2	Rapport de stage	0.25 h / 4 C
SOCM2B23STAG2	Stages	210 h / 10 C

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

4. Modalités d'évaluation

Les 160 points attribués dans cette UE sont répartis entre les différentes activités de la manière suivante :

SOCM2B23PROJE	Projet professionnel citoyen	20
SOCM2B23RS2	Rapport de stage	40
SOCM2B23STAG2	Stages	100

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

En seconde session, l'étudiant devra :

- Pour le stage : réaliser un stage de 7 semaines dans une structure
- Projet professionnel : réaliser un travail de remédiation traitant des améliorations à apporter au projet
- Rapport de stage : rédiger un nouveau rapport de stage en tenant compte des lacunes repérées en première session.

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 2 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

Projet professionnel citoyen			
Code	23_SOCM2B23PROJE	Caractère	Obligatoire
Bloc	2B	Quadrimestre(s)	Q1Q2
Crédits ECTS	2 C	Volume horaire	30 h
Coordonnées du Titulaire de l'activité et des intervenants	Frédéric JANUS (frederic.janus@helha.be)		
Coefficient de pondération		20	
Langue d'enseignement et d'évaluation		Français	

2. Présentation

Introduction

Enseignants:

CHARON Laurence laurence.charon@helha.beJANUS Frédéric frederic.janus@helha.beLEGGE Jacky jacky.legge@helha.beMOULIGNEAU Xavier Xavier.mouligneau@helha.bePAQUOT michel michel.paquot@helha.beOZORAÏ Aniko aniko.ozoraï@helha.beTANGHE Jimmy jimmy.tanghe@helha.beDELBART Stéphanie stephanie.delbart@helha.be

Les étudiants sont amenés à développer un « projet collectif » et citoyen à partir d'une thématique donnée en lien avec les enjeux de la formation. Ces projets font partie intégrante de la formation pratique des étudiants et sont donc considérés comme pratique de stage.

Objectifs / Acquis d'apprentissage

L'étudiant sera capable de :

- répondre à un appel à projets
- concevoir, construire et mettre en place un projet
- travailler en équipe
- s'organiser et planifier son travail en groupe
- organiser la communication entre les membres de son groupe
- animer le groupe dont il fait partie et prendre en charge différents rôles
- présenter et défendre son projet collectif

En outre,

- assurer une bonne ambiance de travail et intégrer chaque membre du groupe de travail
- rédiger des écrits faisant part de l'évolution du projet, des décisions prises et de l'ordre du jour des réunions suivantes
- mettre ses compétences au service du projet et du groupe

- assurer la bonne communication, organisation, promotion et publicité du projet

3. Description des activités d'apprentissage

Contenu

Les étudiants sont invités à se mettre en groupe de 6 ou 7 étudiants (pas plus, pas moins*). Ils devront développer un projet "citoyen" à partir d'une thématique.

Le travail de réflexion et de conceptualisation du projet fera l'objet d'un dossier et d'une présentation orale. Le projet une fois avalisé par l'équipe de superviseurs aboutira à une réalisation concrète et pratique (action).

Démarches d'apprentissage

Approche par projets - travail de groupes

Les étudiants sont invités à exploiter et à utiliser les ressources qu'ils ont à leur disposition notamment les cours dans le cadre de leur formation (ex : dossier de presse, canevas d'un éditorial, données techniques du montage d'une expo, animation de débats, réalisation de capsules vidéo, techniques d'écriture,...).

Dans le cadre du cours d'AS, ils recevront toute une série de balises, de repères théoriques et méthodologiques ainsi que des outils qu'ils devront appliquer dans le cadre des projets.

Dans le cadre du cours de communication de groupe, ils auront reçu un ensemble d'outils, de techniques et de balises à appliquer dans le cadre de leur travail en groupe.

Les groupes disposeront aussi d'un budget octroyé par la direction afin d'assurer un ensemble de frais liés à la réalisation du projet. Il est laissé aux groupes la responsabilité de trouver les moyens complémentaires (subsides, sponsors, opérations de financement, récolte de fonds,...) à la bonne marche de leur projet.

Dispositifs d'aide à la réussite

Les groupes de projets sont accompagnés par des personnes « ressource » :

- Le superviseur de stage : son rôle est d'accompagner les groupes en répondant à leurs questions, en les conseillant, en veillant à l'avancement du travail, en s'assurant de l'investissement,...Le superviseur est aussi la personne chargée de l'évaluation finale en coordination avec ses collègues « superviseur » de 2ème bac.
- L'expert : les groupes devront prendre contact et s'assurer les conseils de personnes compétentes dans le domaine traité dans le cadre de leur projet. Ces experts conseilleront les étudiants dans la réalisation de leur projet. A terme, Ils donneront une appréciation sur le projet développé par les étudiants tant sur le fond que sur la forme.

Ouvrages de référence

Néant

Supports

Néant

4. Modalités d'évaluation

Principe

Néant

Pondérations

	Q1		Q2		Q3	
	Modalités	%	Modalités	%	Modalités	%
production journalière						
Période d'évaluation	Evpr	50	Trv	50	Trv	100

Evpr = Évaluation pratique, Trv = Travaux

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

Dispositions complémentaires

En seconde session, les étudiants seront invités à réaliser un travail de remédiation traitant des améliorations à apporter au projet.

La présence de l'étudiant est primordiale pour assurer le bon déroulement de l'activité. Toute absence fera l'objet de sanctions.

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 2 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

Rapport de stage			
Code	23_SOCM2B23RS2	Caractère	Obligatoire
Bloc	2B	Quadrimestre(s)	Q1Q2
Crédits ECTS	4 C	Volume horaire	0.25 h
Coordonnées du Titulaire de l'activité et des intervenants	Frédéric JANUS (frederic.janus@helha.be)		
Coefficient de pondération	40		
Langue d'enseignement et d'évaluation	Français		

2. Présentation

Introduction

Enseignants:

CHARON Laurence Laurence.charon@helha.beJANUS Frédéric frederic.janus@helha.beLEGGE Jacky jacky.legge@helha.beMOULIGNEAU Xavier Xavier.mouligneau@helha.bePAQUOT michel michel.paquot@helha.beOZORAÏ Aniko aniko.ozoraï@helha.beTANGHE Jimmy jimmy.tanghe@helha.beDELBART Stéphanie stephanie.delbart@helha.be

Le rapport de stage est un outil de communication du vécu de l'étudiant dans le cadre de son stage de pratique professionnelle et permet à l'étudiant de faire un état des lieux de ses acquis et connaissances. L'étudiant pourra en outre développer un regard critique sur son expérience et, sur la forme du support, mettre en pratique les notions vues lors des cours pratiques.

L'étudiant sera amené à réaliser deux "reportings" durant la période de stage.

Objectifs / Acquis d'apprentissage

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

- décrire, expliquer (reporting) et analyser l'organisation dans laquelle il a effectué son stage
- rédiger une lettre de motivation ainsi qu'un curriculum vitae le présentant
- rédiger un rédactionnel de manière professionnelle et en ayant recours aux techniques journalistiques vues dans les différents cours
- expliquer et analyser sa pratique de stage, les missions réalisées avec un regard critique
- s'auto-évaluer
- utiliser, pour la mise en page du rapport, le logiciel In design
- rédiger selon les règles orthographiques, grammaticales, syntaxiques d'usage.

3. Description des activités d'apprentissage

Contenu

Le rapport de stage de BAC2 est présenté sur un support papier, relié et paginé. Il sera rédigé en police de corps 11 (à l'exception des titres, légendes et notes de bas de page).

Le rapport de 16 pages comporte obligatoirement les points suivants :

Une couverture (première de couverture) indiquant le prénom et le nom de l'étudiant, HELHa – Communication BAC2, le groupe classe, l'année académique, le lieu et la période de stage, le nom du superviseur HELHa, indication de la session, le nom du tuteur de stage, les dates exactes de stage.

Cette couverture sera illustrée et devra faire preuve d'originalité, de créativité. Elle doit être réellement travaillée (type magazine, brochure, dépliant). > 1 page

Un sommaire paginé > 1 page

Une introduction précisant les objectifs et les missions du stage. A rédiger avec originalité : l'étudiant fera ressentir ses envies, partager sa motivation pour ce stage > 1 page

Une analyse SWOT approfondie et commentée de la structure 1 page

5. une analyse du nom, du logotype et des valeurs de la structure d'accueil (réaliser un parallèle critique, positif ou négatif, avec l'accueil, le comportement du personnel, l'architecture, l'image donnée par l'entreprise, etc.) 1 page

6. Un rédactionnel de +/- 6000 signes (espaces non compris) sur deux pages (police corps

11) apportant un éclairage particulier sur la structure d'accueil. Ce rédactionnel devrait pouvoir être publié dans un quotidien ou un magazine d'information générale. L'étudiant précisera clairement le nombre de signes de son article.

Il adoptera un point de vue journalistique !

L'étudiant précisera à quel journal ou magazine il destine son article. Sa mise en page y sera adaptée. Le rédactionnel recourra à plusieurs techniques journalistiques : un titre, un chapeau, des extraits significatifs de deux interviews à intégrer dans le texte (interviews dites «cachées»), une cadrée, quelques brèves et deux photos personnelles, légendées et créditées.

L'étudiant inscrira cette démarche parmi ses priorités dès le début du stage, en déterminant rapidement son sujet, en envisageant plusieurs angles, en prenant rendez-vous avec ses interlocuteurs, en les rencontrant dans les meilleures conditions, en prenant des photographies de qualité.... > 2 pages

7. Un résumé commenté de ses différentes missions + observations et commentaires sur la réalité de terrain : réalisations éventuelles en annexe > 3 pages

8. Une analyse personnelle (travail de fond > il s'agit d'une analyse, pas d'une description) selon les quatre axes suivants:

- évaluation des apports et apprentissages ;
- difficultés et solutions ;
- regard critique et analytique sur l'institution ;
- une approche prospective : «ce que je voudrais proposer, développer ou améliorer dans l'entreprise si j'étais engagé(e) la semaine prochaine» > 3 pages

9. Une conclusion : l'étudiant passe en revue les points forts de son stage et ses dernières impressions > 1 page

10. Une quatrième de couverture (le dos) mise en page dans lignée du rapport (pas de page blanche) 1 page

En outre, indépendamment de l'article et de la couverture, le rapport doit présenter au moins trois photos personnelles créditées, dignes d'intérêt et légendées.

Démarches d'apprentissage

Travail en autonomie - rédaction d'un rapport

Dispositifs d'aide à la réussite

- Un dossier reprenant les consignes relatives au stage de Bloc 2, au rapport de stage et aux modalités de reporting est remis à l'étudiant.
- Ouvrages et sites conseillés :
 - o La nouvelle orthographe en pratique, Dominique Dupriez (De Boeck, Bruxelles 2009)

o Dictionnaire des pièges et difficultés de la langue française, Jean Girodet, éditions Bordas.

<http://www.orthographe-recommandee.info/>

<http://www.renouvo.org/>

- Accompagnement des superviseurs de stage : les étudiants de Bac 2 peuvent envoyer leurs questions concernant le rapport de stage à leur superviseur de stage.

Ouvrages de référence

Néant

Supports

Néant

4. Modalités d'évaluation

Principe

Il sera noté sur 100 points ramenés sur 20 points selon la répartition suivante :

- 20 points pour l'orthographe (2 points par faute) ;
- 10 points pour la qualité d'écriture ;
- 10 points pour la qualité du support (adapté aux missions du stage), la mise en page en In Design et la présentation générale du rapport, en ce compris la couverture ;
- 40 points pour le contenu (esprit de synthèse, pertinence, analyse, autocritique) ;
- 20 points pour le rédactionnel.

Le non-respect d'un certain nombre de consignes fera l'objet de pénalisations en points lors de la cotation du rapport de stage, soit un retrait de :

Remise du travail en retard

Toute dérogation quant à la date de remise du rapport devra faire l'objet d'un accord formel et écrit émanant de la direction
ZÉRO

Orthographe

? par faute d'orthographe

? à partir de 20 fautes

- 2 points par faute

- 10 points complémentaires

Couverture non conforme (incomplète ou mettant mal en évidence les éléments vraiment importants)

- 2 points

Ratures dans le travail (corrections manuscrites, présence de Tipp-Ex)

- 2 points

Non-respect de la trame de départ (rubrique manquante, éléments importants absents)

- 10 points

Absence de copyrights de photos (illustrations) ou de légendes

- 2 points

FRAUDE (plagiat...)

Toute reprise de textes, informations ou documents sans citation de la source conduira à une note de « ZERO » pour le rapport et pourra entraîner des conséquences plus graves. Le rapport doit être une production personnelle (les passages cités ou repris doivent être limités dans votre écrit).

ZÉRO

Annexes sans intérêt

- 2 points

Copier en s'attribuant indûment des extraits d'un document ou d'une œuvre relève du plagiat et constitue donc une violation

des droits d'auteur et un vol intellectuel.

Toute reprise de textes, d'informations, de documents ou d'interviews, sans citation de la source, conduira à une cote de 0/60 pour le rapport de stage et pourra entraîner de plus graves conséquences

On ne peut modifier cette organisation qu'en accord avec l'enseignant, les étudiants et la direction. (article 10 du Règlement des études)

Pondérations

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

Trv = Travaux

La pondération de cette activité d'apprentissage au sein de l'UE dont elle fait partie vaut 40

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 2 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

Stages			
Code	23_SOCM2B23STAG2	Caractère	Obligatoire
Bloc	2B	Quadrimestre(s)	Q1Q2
Crédits ECTS	10 C	Volume horaire	210 h
Coordonnées du Titulaire de l'activité et des intervenants	Frédéric JANUS (frederic.janus@helha.be)		
Coefficient de pondération	100		
Langue d'enseignement et d'évaluation	Français		

2. Présentation

Introduction

Enseignants:

CHARON Laurence Laurence.charon@helha.be

JANUS Frédéric frederic.janus@helha.be

LEGGE Jacky jacky.legge@helha.be

MOULIGNEAU Xavier Xavier.mouligneau@helha.be

PAQUOT michel michel.paquot@helha.be

OZORAÏ Aniko aniko.ozoraï@helha.be

TANGHE Jimmy jimmy.tanghe@helha.be

DELBART Stéphanie stephanie.delbart@helha.be

Le stage de deuxième année fait partie intégrante de la formation des étudiants. Il permet à l'étudiant d'être confronté aux réalités de terrain, de développer ses compétences professionnelles et d'appliquer les notions vues dans le cadre des cours.

L'étudiant se verra attribuer un ensemble de missions en lien avec l'objet de l'organisation dans laquelle il effectue son stage. Il sera amené à réaliser un ensemble de tâches liées à la fois aux missions quotidiennes du cadre de stage mais aussi aux compétences à développer dans le cadre d'une deuxième année de formation en baccalauréat en Communication.

Prérequis : avoir réussi l'UE 13 comprenant notamment le stage de pratique professionnelle de bac 1

Objectifs / Acquis d'apprentissage

L'étudiant sera capable de :

- maîtriser la langue française
- participer à la mise en place de projets
- faire preuve de savoir-vivre
- s'adapter à la culture de la structure de stage
- avoir une présentation adaptée au milieu professionnel
- faire preuve de motivation
- réaliser des tâches ponctuelles de façon autonome
- organiser son travail et gérer son temps
- faire preuve de déontologie
- analyser et s'interroger sur le sens, valeurs et enjeux des actions qu'il (elle) met en place

- comprendre et utiliser le jargon professionnel
- s'intégrer à l'équipe
- utiliser les outils de communication en lien avec les tâches, les missions et le secteur
- faire preuve d'initiative et de force de proposition

3. Description des activités d'apprentissage

Contenu

Le stage de deuxième année comporte 7 semaines de stage au sein d'une organisation

Démarches d'apprentissage

Stage de pratique professionnel

Dispositifs d'aide à la réussite

Durant le stage, l'étudiant est encadré notamment par deux acteurs. Un tuteur, référent sur le lieu-même du stage et un superviseur, représentant de l'école. Voir fiche de critères distribuée aux étudiants (consignes de stage)

§ Le rôle du tuteur : il travaille au sein de l'organisme dans lequel vous allez effectuer votre stage. Il sera chargé de vous encadrer, vous conseiller, vous attribuer un ensemble de tâches, vous évaluer tout au long de votre stage. Il sera la personne de contact et assurera le relais avec l'école par le biais du superviseur. Il sera par ailleurs invité à nous faire part de son point de vue en ce qui concerne l'évaluation de votre stage. Cet avis sera pris en compte par l'équipe de superviseurs.

§ Le rôle du superviseur : représentant de l'institut de formation, il sera chargé de s'assurer que les conditions seront réunies pour que le stage se déroule dans de bonnes conditions. Personne de contact tant pour l'étudiant que pour la structure accueillante, il a pour rôle d'informer et de conseiller. Le superviseur réalisera une visite sur le lieu de stage afin de s'assurer que ce dernier se déroule bien, il aura l'occasion de répondre aux questions, de faire le point sur les acquis. Si malheureusement, une rencontre sur place n'est pas possible, le superviseur prendra de toute façon contact avec le cadre de stage. Le superviseur est aussi la personne- relais de l'équipe de superviseurs pour l'évaluation finale.

Ouvrages de référence

Néant

Supports

Néant

4. Modalités d'évaluation

Principe

Néant

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 100

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).