

# Bachelier en Publicité option : médias contemporains

**HELHa Campus Mons** 159 Chaussée de Binche 7000 MONS

Tél : +32 (0) 65 40 41 43

Fax : +32 (0) 65 40 41 53

Mail : [pub.mons@helha.be](mailto:pub.mons@helha.be)

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

| PB201 Conception publicitaire 3                            |   |                 |             |
|--|---|-----------------|-------------|
| Code   | ARPB2B01P201  | Caractère       | Obligatoire |
| Bloc   | 2B  | Quadrimestre(s) | Q1          |
| Crédits ECTS   | 3 C   | Volume horaire  | 48 h        |
| Coordonnées des responsables et des intervenants dans l'UE | <b>Isabelle HUBINON</b> ( <a href="mailto:isabelle.hubinon@helha.be">isabelle.hubinon@helha.be</a> )<br>Marc SOUMILLION ( <a href="mailto:marc.soumillion@helha.be">marc.soumillion@helha.be</a> )<br>Aurélie SABUREGEYA ( <a href="mailto:aurelie.saburegeya@helha.be">aurelie.saburegeya@helha.be</a> ) |                 |             |
| 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

Apprentissage et mise en pratique des processus de création audiovisuelle.

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

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

Compétence 1 **Compétences transversales inter catégorielles de l'Enseignement supérieur de type court**

Sous Compétence 1.1 Communiquer de manière précise tant oralement que par écrit

- 1.1.1 Construire un message structuré, compréhensible, qui exprime une opinion, une réalisation, un événement
- 1.1.2 Rédiger correctement, défendre et argumenter une idée, un message, un concept
- 1.1.3 Résumer logiquement un message oral ou écrit en dégagant les idées clefs
- 1.1.4 Utiliser une terminologie professionnelle appropriée tant oralement que par écrit
- 1.1.6 Défendre son travail par une argumentation adéquate, pertinente

Sous Compétence 1.2 S'intégrer à l'environnement économique et technique de son futur métier

- 1.2.1 S'adapter au fonctionnement de l'entreprise et en particulier travailler en équipe et s'intégrer à la chaîne de production
- 1.2.3 Répondre aux exigences du monde du travail et se conformer aux contraintes imposées au travailleur
- 1.2.4 Développer et actualiser des savoirs, savoir-faire, savoir-être par la participation aux concours, expositions, formation continue
- 1.2.5 S'adapter à l'évolution des technologies et des exigences du secteur professionnel

Compétence 2 **Compétences transversales spécifiques à la Catégorie Arts Appliqués**

Sous Compétence 2.1 Compétences artistiques

- 2.1.1 Enrichir sa culture artistique, s'informer des nouvelles tendances pour élargir son champ de créativité
- 2.1.3 Privilégier l'impact d'une image par une recherche et une expérimentation graphique personnelle
- 2.1.4 Développer sa sensibilité et son sens esthétique

Sous Compétence 2.2 Compétences "Arts appliqués"

- 2.2.1 Analyser les tendances et en retirer les différents éléments sémiologiques, sociologiques et psychologiques

Compétence 3 **Compétences spécifiques**

Sous Compétence 3.1 Maîtriser le graphisme dans ses technique imposées par la profession

- 3.1.1 Gérer en tant que concepteur l'image sous toutes ses formes
- 3.1.2 Concevoir une composition graphique lisible et équilibrée
- 3.1.3 Utiliser la technique graphique la mieux appropriée au projet à réaliser en fonction des ressources, du temps imparti et du budget
- 3.1.4 Utiliser de manière performante les techniques informatiques les plus adéquates, notamment en photographie, en typographie...  
Sous Compétence 3.2 Analyser et résoudre des situations professionnelles dans le domaine de la publicité
- 3.2.1 Prendre en compte les objectifs des annonceurs et le comportement des consommateurs dans leurs composantes rationnelles, psychologiques et affectives et répondre à leurs attentes et répondre à leurs demandes
- 3.2.2 Choisir les médias et les supports les plus appropriés pour véhiculer un message en fonction de la cible concernée
- 3.2.3 S'adapter aux nouveaux médias et aux nouvelles formes de marketing
- 3.2.4 Améliorer le book en fonction des dernières évolutions créatives et technologiques
- 3.2.5 Évaluer le temps nécessaire à la réalisation d'un projet et le coût du travail à réaliser

### Acquis d'apprentissage visés

- Apprendre à construire un message audiovisuel structuré, compréhensible, percutant et pertinent.
- Apprendre à rédiger correctement, défendre et argumenter une idée, un message, un concept.
- Apprendre à développer une stratégie de communication pour une marque et savoir la positionner sur le marché.
- S'adapter à l'évolution des technologies et des exigences du secteur professionnel
- Rédiger un synopsis et réalisation de boards, de story-boards,...
- Travaux pratiques permettant une collaboration avec différentes unités d'apprentissage.

### Liens avec d'autres UE

Prérequis pour cette UE : aucun  
Corequis pour cette UE : aucun

## 3. Description des activités d'apprentissage

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

|               |                             |              |
|---------------|-----------------------------|--------------|
| ARPB2B01P201A | Campagne publicitaire 1     | 24 h / 1.5 C |
| ARPB2B01P201B | Conception audio-visuelle 1 | 24 h / 1.5 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 :

|               |                             |    |
|---------------|-----------------------------|----|
| ARPB2B01P201A | Campagne publicitaire 1     | 15 |
| ARPB2B01P201B | Conception audio-visuelle 1 | 15 |

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 pondération est :

- 60% travail journalier,
- 40% examen.

La note obtenue pour le travail journalier en Q1 reste valable pour le calcul final en Q3.

Tout plagiat sera sanctionné: 0/20

Tout travail remis en retard et/ou remis sur un autre support que celui demandé = 0/20.

Si l'étudiant est couvert par un certificat médical, le travail devra être remis au premier cours après la reprise.

## 5. Cohérence pédagogique

### Néant

Référence au RGE

En cas de force majeure, une modification éventuelle en cours d'année peut être faite en accord avec le Directeur de département, et notifiée par écrit aux étudiants. (article 67 du règlement général des études 2022-2023).

# Bachelier en Publicité option : médias contemporains

**HELHa Campus Mons** 159 Chaussée de Binche 7000 MONS  
Tél : +32 (0) 65 40 41 43 Fax : +32 (0) 65 40 41 53

Mail : [pub.mons@helha.be](mailto:pub.mons@helha.be)

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

| Campagne publicitaire 1                                    |   |                 |             |
|--|---|-----------------|-------------|
| Code   | 2_ARPB2B01P201A   | Caractère       | Obligatoire |
| Bloc   | 2B  | Quadrimestre(s) | Q1          |
| Crédits ECTS   | 1.5 C   | Volume horaire  | 24 h        |
| Coordonnées du Titulaire de l'activité et des intervenants | <b>Marc SOUMILLION</b> ( <a href="mailto:marc.soumillion@helha.be">marc.soumillion@helha.be</a> ) |                 |             |
| Coefficient de pondération                                 | 15  |                 |             |
| Langue d'enseignement et d'évaluation                      | Français  |                 |             |

## 2. Présentation

### Introduction

Développer la capacité à produire de la conception publicitaire et de la communication de manière créative et pertinente.

Apprendre à être en adéquation avec les réalités actuelles du métier (crossmédias, digital, événements)

Ce cours présente les différents outils du planning stratégique. Les étudiants devront les utiliser de manière professionnelle.

### Objectifs / Acquis d'apprentissage

Au terme de cette AA, l'étudiant doit être capable de :

- concevoir des approches de communication multimédias originales répondant à des briefings spécifiques,
- développer un esprit critique.
- présenter et argumenter de manière pertinente ses idées et concepts.

Au terme de cette AA, l'étudiant va appliquer les outils du planning stratégique pour favoriser une conception publicitaire plus pertinente.

Dans le cadre du processus de création publicitaire, il est important pour les créatifs de connaître et de comprendre les méthodes stratégiques en amont de la conception.

Développement d'un sens créatif pertinent et performant pour un client donné.

## 3. Description des activités d'apprentissage

### Contenu

Schémas et méthodologies sur 4 éléments :

- aspects symboliques de la marque
- réputation de la marque
- segmentation des cibles de différentes manières
- identité et positionnement de la marque

### Démarches d'apprentissage

En partie, cours magistral pour l'explication des outils.

En partie exercices d'application des outils

### Dispositifs d'aide à la réussite

Livres, présentations powerpoint...

## Sources et références

"20 frames of mind for managing your brand " ; Marc Soumillion

## Supports en ligne

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

Cours mis en ligne sur blog spécifique et Claroline

## 4. Modalités d'évaluation

### Principe

Évaluation continue des travaux journaliers

Évaluation en fin d'UE par un examen

L'orthographe et la présentation orale et écrite interviennent dans la cotation

### Pondérations

|                        | Q1        |    | Q2        |   | Q3        |    |
|------------------------|-----------|----|-----------|---|-----------|----|
|                        | Modalités | %  | Modalités | % | Modalités | %  |
| production journalière | Prj       | 40 |           |   |           |    |
| Période d'évaluation   | Exm       | 60 |           |   | Exm       | 60 |

Prj = Projet(s), Exm = Examen mixte

La pondération de cette activité d'apprentissage au sein de l'UE dont elle fait partie vaut 15

### Dispositions complémentaires

Pour le Q3, la note du travail journalier est acquise et ne bouge pas, l'étudiant représente 60% des points.

- La présence au cours est obligatoire.

La section pratique l'arrondi mathématique pour l'évaluation des 2 périodes.

Pendant les sessions, tout étudiant(e) retardataire sera envoyé à la Direction.

Référence au RGE

En cas de force majeure, une modification éventuelle en cours d'année peut être faite en accord avec le Directeur de département, et notifiée par écrit aux étudiants. (article 67 du règlement général des études 2022-2023).

## Bachelier en Publicité option : médias contemporains

**HELHa Campus Mons** 159 Chaussée de Binche 7000 MONS  
Tél : +32 (0) 65 40 41 43 Fax : +32 (0) 65 40 41 53 Mail : [pub.mons@helha.be](mailto:pub.mons@helha.be)

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

| Conception audio-visuelle 1                                |  |                 |             |
|--|--|-----------------|-------------|
| Code   | 2_ARPB2B01P201B  | Caractère       | Obligatoire |
| Bloc   | 2B   | Quadrimestre(s) | Q1          |
| Crédits ECTS   | 1.5 C  | Volume horaire  | 24 h        |
| Coordonnées du Titulaire de l'activité et des intervenants | <b>Aurélié SABUREGEYA</b> ( <a href="mailto:aurelie.saburegeya@helha.be">aurelie.saburegeya@helha.be</a> ) |                 |             |
| Coefficient de pondération                                 | 15   |                 |             |
| Langue d'enseignement et d'évaluation                      | Français   |                 |             |

### 2. Présentation

#### Introduction

Apprentissage et mise en pratique des processus de création audiovisuelle.

#### Objectifs / Acquis d'apprentissage

Apprendre à construire un message audiovisuel structuré, compréhensible, percutant et pertinent.

Apprendre à rédiger correctement, défendre et argumenter une idée, un message, un concept.

S'adapter à l'évolution des technologies et des exigences du secteur professionnel

Rédiger un synopsis et réalisation de boards, de story-boards,...

### 3. Description des activités d'apprentissage

#### Contenu

Découverte et apprentissage des processus de création de spots TV, radio, banners Internet, vidéos virales, etc.

Initiation aux bases techniques et contraintes de la réalisation (vocabulaire, techniques cinéma & vidéo, techniques radio, respect des timings ...)

Rôle des différents intervenants avec focus sur celui des créatifs dans le processus de production.

#### Démarches d'apprentissage

Cours théoriques : insights publicitaires, langage TV, cinéma, radio, internet, complémentarité son/musique/paroles & images, processus créatifs, etc.

Ateliers/exercices pratiques (sur base de briefings réels) seul : scripts radio & TV, storyboards TV, vidéos virales, projets de banners, campagne audio-visuelle en synergie avec print.

#### Dispositifs d'aide à la réussite

Liens vers des blogs et sites de ressources pertinentes.

#### Sources et références

Néant

#### Supports en ligne

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

## 4. Modalités d'évaluation

### Principe

Evaluation continue des travaux journaliers.  
L'orthographe et la présentation des travaux interviennent dans la cotation.

### Pondérations

|                        | Q1        |    | Q2        |   | Q3        |    |
|------------------------|-----------|----|-----------|---|-----------|----|
|                        | Modalités | %  | Modalités | % | Modalités | %  |
| production journalière | Evc       | 60 |           |   |           |    |
| Période d'évaluation   | Exm       | 40 |           |   | Exm       | 40 |

Evc = Évaluation continue, Exm = Examen mixte

La pondération de cette activité d'apprentissage au sein de l'UE dont elle fait partie vaut 15

### Dispositions complémentaires

La note obtenue pour le travail journalier en Q1 reste valable pour le calcul final en Q3.

Tout travail remis en retard et/ou sur déposé sur le mauvais support se verra attribué un 0/20.

L'étudiant qui présente un certificat médical devra représenter les travaux à une date ultérieure en accord avec l'enseignant et la direction.

### Référence au RGE

En cas de force majeure, une modification éventuelle en cours d'année peut être faite en accord avec le Directeur de département, et notifiée par écrit aux étudiants. (article 67 du règlement général des études 2022-2023).