

# 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

PB204 Conception publicitaire 4			
Code	ARPB2B04P204	Caractère	Obligatoire
Bloc	2B	Quadrimestre(s)	Q2
Crédits ECTS	4 C	Volume horaire	48 h
Coordonnées des responsables et des intervenants dans l'UE	<b>Isabelle HUBINON</b> (isabelle.hubinon@helha.be)		
Coefficient de pondération		40	
Cycle et niveau du Cadre Francophone de Certification		bachelier / niveau 6 du CFC	
Langue d'enseignement et d'évaluation		Français	

## 2. Présentation

### Introduction

Néant

### 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
    - 1.1.4 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
    - 1.2.4 Développer et actualiser des savoirs, savoir-faire, savoir-être par la participation aux concours, expositions, formation continue
- 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
- Compétence 3 **Compétences spécifiques**
  - Sous Compétence 3.1 Maîtriser le graphisme dans ses technique imposées par la profession
    - 3.1.3 Utiliser la technique graphique la mieux appropriée au projet à réaliser en fonction des ressources, du temps imparti et du budget
  - 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

## **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 l(es) activité(s) d'apprentissage suivante(s) :

ARPB2B04P204A	Campagne publicitaire 2	24 h / 2 C
ARPB2B04P204B	Conception audio-visuelle 2	24 h / 2 C

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

## **4. Modalités d'évaluation**

Les 40 points attribués dans cette UE sont répartis entre les différentes activités de la manière suivante :

ARPB2B04P204A	Campagne publicitaire 2	20
ARPB2B04P204B	Conception audio-visuelle 2	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

## **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 2			
Code	2_ARPB2B04P204A	Caractère	Obligatoire
Bloc	2B	Quadrimestre(s)	Q2
Crédits ECTS	2 C	Volume horaire	24 h
Coordonnées du Titulaire de l'activité et des intervenants	Isabelle HUBINON ( <a href="mailto:isabelle.hubinon@helha.be">isabelle.hubinon@helha.be</a> )		
Coefficient de pondération	20		
Langue d'enseignement et d'évaluation	Français		

## 2. Présentation

### Introduction

Ce cours-atelier a pour objectif de développer la capacité des étudiants à la conception de campagnes de publicité et de communication.

### Objectifs / Acquis d'apprentissage

Conception de campagnes de publicité et de communication répondant à des stratégies et briefings inspirés de la réalité professionnelle (campagnes d'image et d'activation)

Approche des techniques de conception.

Utilisation créative des médias en fonction de leurs caractéristiques de communication, médias classiques et non classiques et aussi le hors média (événements, ambient, etc.)

Mise en forme des concepts (layouts, scripts, storyboards, moodboards, copy, art direction etc.)

Développement d'un sens créatif pertinent et performant et des techniques de présentation.

## 3. Description des activités d'apprentissage

### Contenu

- techniques créatives et analyse de campagnes réelles.
- réalisation de campagnes partant d'un insight fort

### Démarches d'apprentissage

Atelier : briefings créatifs (individuels ou en team, délais variables) donnés en partie par des annonceurs

Recherche d'insight, de concepts et mise en forme

Présentation et argumentation des idées

Développement des projets pour la constitution d'un book

### Dispositifs d'aide à la réussite

Evaluation et redirection à chaque étape du processus créatif => du briefing à la présentation finale.

Liens vers blogs, sites et forums pertinents.

Evaluation continue :

Les créations des étudiants sont évaluées tout au long des recherches et de l'exécution afin d'améliorer le niveau de chacune.

Les critères d'évaluation sont les suivants :

- originalité et pertinence des idées
- respect du brief
- soin, présentation et direction artistique
- aspect novateur dans le choix des médias

L'orthographe et la syntaxe sont primordiales pour cette activité d'apprentissage. Tout travail peut donc être refusé et sanctionné par un zéro pour défaillance."

### Sources et références

Les Confessions de David Ogilvy - Traduction de Jacques-Henri Bouet - Ed. Grafik Plus  
 La publicité selon Ogilvy - Traduction Elie Vanier - Ed. Bordas  
 How to advertise - Auteurs : Kenneth Roman and Jane Maas - Ed. Library of Congress Cataloging-in-Publication Data  
 How to write better - Auteurs : Ken Roman and Joël Raphaelson - Ed. Ogilvy and Mather USA  
 L'art de composer et de rédiger - Auteurs : J. Brun, A. Doppagne, J-M Chevalier - Editions Scientifiques et Littéraires, Amiens & Baude, Bruxelles  
 La rue et l'image - Auteur : François Boespflug - Editions du Cerf  
 Créatif de choc ! - Auteur : Roger Von Oech - Ed. originale américaine « A wack on the Side of the Head » - Traduction française First - presses Pocket  
 Le saut créatif - Auteur : Jean-Marie Dru - Ed. JC Lattès  
 Maak van je merk een held - Auteur : Guillaume Dan der Stighelen - Ed. Roularta Books  
 Dessiner - Une méthode pas comme les autres - Auteurs : Quentin Blake et John Cassidy - Ed. Nathan  
 Les techniques narratives du cinéma ( Les 100 plus grands procédés que tout réalisateur doit connaître) - Auteur: Jennifer Van Sijl - Ed. Eyrolles  
 Techniques de storyboard - Auteur: Wendy Tumminello - Ed. Eyrolles  
 Storyboard /Le cinéma animé - Auteurs: Benoît Peeters, Jacques Faton et Philippe de Pierpont - Ed. Yellow Now  
 L'art du Story-board : Cinéma, Publicité, Animation, Jeux Vidéo, Clips - Auteur: Giuseppe Critiano - Ed. Eyrolles  
 Ça c'est l'affiche - Auteur : Eudes Delafon - Ed. Les Presses du Temps Présent  
 Et si on augmentait le niveau sonore ? Auteur : Philippe Maes - Ed. Var  
 L'art radiophonique - Auteur : Roger Pradalié - Collection « Que sais-je ? » - Ed. Presses Universitaires de France  
 Digital Advertising : past, present, and future - Auteurs : Daniele Fiandaca & Patrick Burgoyne - Ed. Creative Social Show **Reel Cannes**

### Supports en ligne

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

Cours et briefings mis en ligne sur Connected

## 4. Modalités d'évaluation

### Principe

Néant

### Pondérations

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

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 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 2			
Code	2_ARPB2B04P204B	Caractère	Obligatoire
Bloc	2B	Quadrimestre(s)	Q2
Crédits ECTS	2 C	Volume horaire	24 h
Coordonnées du Titulaire de l'activité et des intervenants	<b>Isabelle HUBINON</b> ( <a href="mailto:isabelle.hubinon@helha.be">isabelle.hubinon@helha.be</a> )		
Coefficient de pondération	20		
Langue d'enseignement et d'évaluation	Français		

## 2. Présentation

### Introduction

Approfondissement des processus de rédaction liés à la création audiovisuelle.

Le cours s'intéressera particulièrement à l'aspect rédactionnel du travail: comment présenter une idée, rédiger un synopsis, concevoir le texte d'un spot radio, accompagner efficacement l'image en mouvement par une écriture adaptée au concept créatif ainsi qu'au produit ou service proposé.

Selon la première définition du terme, l'audiovisuel en tant que moyen de communication excluant le livre (print), le cours s'intéressera au support Web en tant que véhicule d'image de marque et lien privilégié à une communauté.

### Objectifs / Acquis d'apprentissage

- Construire un message audiovisuel structuré, compréhensible, percutant et pertinent.
- Rédiger correctement, défendre et argumenter une idée, un message, un concept.
- S'adapter à l'évolution des technologies et des exigences du secteur professionnel.
- Perfectionner les apprentissages par la mise en place de savoir-faire variés.

## 3. Description des activités d'apprentissage

### Contenu

- Apprentissage des processus de scénarisation de spots TV, radio, banniers Internet, vidéos virales, etc.
- Travail du storytelling dans l'audiovisuel et sur le Web.
- Approche 360° sur des campagnes développées dans l'AA partenaire.

### Démarches d'apprentissage

- Éléments de théorie.
- Ateliers.
- Travaux de groupe.
- Présentations orales.

### Dispositifs d'aide à la réussite

- Exercices en classe avec le soutien de l'enseignant.
- Corrections collectives.

Evaluation continue :

Les créations des étudiants sont évaluées tout au long des recherches et de l'exécution afin d'améliorer le niveau de chacune.

Les critères d'évaluation sont les suivants :

- originalité et pertinence des idées
- respect du brief
- soin, présentation et direction artistique
- aspect novateur dans le choix des médias

L'orthographe et la syntaxe sont primordiales pour cette activité d'apprentissage. Tout travail peut donc être refusé et sanctionné par un zéro pour défaillance."

### Sources et références

Bourdeau J. (2012), Storytelling et contenu de marque: la puissance de l'écrit à l'ère numérique. France: Ellipses.

Kawazaki G. & Fitzpatrick P. (2015), L'art des médias sociaux. France: Diateino.

Kawazaki G. (2011), L'art de l'enchantement: comment influencer les coeurs, les esprits, et le actes. France: Diateino.

Van Sijl J. (2009), Les Techniques narratives du Cinéma. France: Eyrolles.

Truby J. (2016), Anatomie du Scénario. France: Michel Lafon.

### Supports en ligne

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

Notes de cours et briefings disponibles sur la plateforme Connected.

## 4. Modalités d'évaluation

### Principe

Néant

### Pondérations

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

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 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).