

# Bachelier en Publicité option : médias contemporains

<b>HELHa Campus Mons</b> 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

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

PB112 Anglais 1			
Ancien Code	ARPB1B12P112	Caractère	Obligatoire
Nouveau Code	XOPB1120		
Bloc	1B	Quadrimestre(s)	Q1
Crédits ECTS	2 C	Volume horaire	24 h
Coordonnées des responsables et des intervenants dans l'UE	<b>Caroline BRICTEUX</b> (caroline.bricteux@helha.be)		
Coefficient de pondération	20		
Cycle et niveau du Cadre Francophone de Certification	bachelier / niveau 6 du CFC		
Langue d'enseignement et d'évaluation	Français		

## 2. Présentation

### Introduction

L'anglais est la langue de base de la publicité. Une bonne maîtrise de l'anglais est souvent déterminante pour une carrière dans le domaine de la publicité. Comprendre et maîtriser la langue permet aux étudiants de travailler sur des campagnes destinées à un public international, de collaborer avec des équipes d'autres pays, d'accéder à des ressources et des tendances globales dans le domaine.

Cette unité d'enseignement fournit les notions nécessaires en tenant compte des connaissances de départ des étudiants. Un cours de rattrapage est organisé pour les étudiants sans connaissances préalables.

### 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

### Acquis d'apprentissage visés

Au terme de l'UE l'étudiant aura acquis les savoir-faire correspondant au niveau A2/B1 du cadre européen de référence dans sa déclinaison professionnelle spécifique :

- I. Comprendre les points essentiels d'un message oral prononcé avec l'accent anglais standard sur un sujet relevant de l'art et de la publicité
- II. Distinguer les éléments d'un message écrit général relevant des domaines précités
- III. Communiquer en groupe dans le contexte de l'art et de la publicité
- IV. Produire des messages écrits relevant des domaines précités

### Liens avec d'autres UE

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

## 3. Description des activités d'apprentissage

## Contenu

Cette unité d'enseignement aborde l'étude de l'image artistique et publicitaire, incluant:

- la description de l'image artistique (méthodologie et moyens langagiers)
- l'analyse de l'image publicitaire (description, message)

Travaux: présentations d'images et de résultats d'analyse de visuels publicitaires en anglais.

Evaluation: contenu lié à la description d'images et analyse de visuels publicitaire, l'étude du vocabulaire et la révision de la grammaire anglaise de base.

## Démarches d'apprentissage

- Approche communicative
- Évaluation continue
- Mise à disposition de ressources supplémentaires via la plateforme ConnectED

## Dispositifs d'aide à la réussite

- Cours de rattrapage
- Remise à niveau grammaticale
- Interrogations fréquentes
- Mise à disposition d'exercices d'accompagnement ciblés pour l'auto-apprentissage (compendium grammatical)

## Sources et références

Aucun ouvrage imposé.

Utilisation réfléchie des ressources en ligne (notamment outil de traduction et IA)

## Supports en ligne

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

- Syllabus accompagnant le cours
- Compendium grammatical
- Syllabus d'acquisition de vocabulaire général
- Plateforme ConnectED

## 4. Modalités d'évaluation

### Principe

L'évaluation comprendra le travail journalier pour 60% de la note. L'examen de janvier interviendra pour 40%.

### Pondérations

	Q1		Q2		Q3	
	Modalités	%	Modalités	%	Modalités	%
production journalière	Evc	60			Evc	0
Période d'évaluation	Exe	40			Exe	100

Evc = Évaluation continue, Exe = Examen écrit

### Dispositions complémentaires

Tous les **travaux** doivent être remis exclusivement par la plateforme ConnectED. Aucun dépôt tardif ne sera toléré. La non-remise de travaux dans les délais sera sanctionnée d'un zéro.

L'**évaluation** du Q1 représentée au Q2 garde l'apport du travail journalier/travaux. Les modalités du Q2 sont les mêmes que celles du Q3. Le travail journalier est neutralisé au Q3. La section pratique l'arrondi mathématique pour l'évaluation des 3 périodes.

Un **examen** non présenté sans motif valable sera sanctionné d'un zéro pour autant qu'il existe du travail journalier (Q1/Q2). L'absence à l'examen (ou une partie de celui-ci) au Q3 entraînera l'absence de note et la mention "pas présenté" pour l'UE. Pendant les sessions, tout étudiant(e) retardataire sera envoyé à la Direction.

L'**absence à une interrogation** (ou une partie de celui-ci) sans motif valable sera sanctionnée d'un zéro. En cas d'absence avec motif valable, l'étudiant fournira les preuves de ce motif dans les 48 heures suivant le 1er jour d'absence (en mettant l'enseignant en copie de l'e-mail envoyé au secrétariat) et représentera l'interrogation au cours suivant son retour, sous peine d'une note nulle.

L'**utilisation de l'intelligence artificielle générative** (IA) est autorisée dans le cadre du cours sous les conditions suivantes :

- L'IA générative ne peut pas être utilisée pour plagier ou copier du contenu existant.
- Dans un souci d'intégrité intellectuelle, tout contenu généré par l'IA doit être mentionné comme tel, l'outil utilisé doit être précisé.
- Si l'IA intervient dans un projet d'équipe, il convient de s'assurer que tous ses membres en sont informés.
- Dans le but d'une évaluation équitable et pour éviter les sanctions, l'enseignant concerné doit être informé du recours à l'IA.

En conclusion, nous considérons l'IA générative comme un atout pour l'efficacité communicative et créative, à la condition d'une utilisation responsable, dans le respect des règles d'éthique et de transparence.

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 66 du règlement général des études 2024-2025).