

| | |
|-------------------------|---|
| Intitulé de l'UE | Communication 3 |
| Section(s) | - (3 ECTS) Bachelier en Techniques Graphiques orientation Techniques infographiques - Cycle 1 Bloc 3 |

| Responsable(s) | Heures | Période |
|-----------------------|---------------|----------------|
| Nicolas SOTTIAUX | 35 | Quad 1 |

| Activités d'apprentissage | Heures | Enseignant(s) |
|--|---------------|-------------------------|
| Communication écrite et/ou visuelle 3 | 35h | Nicolas SOTTIAUX |

| Prérequis | Corequis |
|-------------------|----------------------------------|
| - Communication 2 | - Introduction au droit d'auteur |

| Répartition des heures |
|--|
| Communication écrite et/ou visuelle 3 : 20h de théorie, 10h d'exercices/laboratoires, 5h de travaux |

| Langue d'enseignement |
|---|
| Communication écrite et/ou visuelle 3 : Français |

| Connaissances et compétences préalables |
|--|
| Pré-requis : Communication écrite et/ou visuelle 2 |

| Objectifs par rapport au référentiel de compétences ARES |
|--|
| Cette UE contribue au développement des compétences suivantes |
| <ul style="list-style-type: none"> • Communiquer et informer <ul style="list-style-type: none"> ◦ Choisir et utiliser les moyens d'informations et de communication adaptés ◦ Mener une discussion, argumenter et convaincre de manière constructive ◦ Assurer la diffusion vers les différents niveaux de la hiérarchie (interface) ◦ Utiliser le vocabulaire adéquat • Collaborer à la conception, à l'amélioration et au développement de projets techniques <ul style="list-style-type: none"> ◦ Elaborer une méthodologie de travail ◦ Planifier des activités ◦ Analyser une situation donnée sous ses aspects techniques et scientifiques ◦ Rechercher et utiliser les ressources adéquates ◦ Proposer des solutions qui tiennent compte des contraintes • S'engager dans une démarche de développement professionnel <ul style="list-style-type: none"> ◦ Prendre en compte les aspects éthiques et déontologiques ◦ S'informer et s'inscrire dans une démarche de formation permanente ◦ Développer une pensée critique ◦ Travailler tant en autonomie qu'en équipe dans le respect de la structure de l'environnement professionnel |

- S'inscrire dans une démarche de respect des réglementations
 - Respecter le code du bien-être au travail
 - Participer à la démarche qualité
 - Respecter les normes, les procédures et les codes de bonne pratique
 - Intégrer les différents aspects du développement durable
- Développer sa créativité
 - Produire une communication graphique originale et innovante dans le respect des droits d'auteurs
 - Observer et Analyser des « oeuvres » graphiques existantes
 - Se différencier
 - Identifier et s'adapter aux contraintes économiques, techniques et communicationnelles, dépasser les contraintes
- Maîtriser les outils informatiques
 - Utiliser efficacement les environnements et systèmes d'exploitations informatiques spécifiques à l'infographie
 - Produire et traiter des images
- Concevoir et réaliser une communication interactive
 - Structurer et analyser la communication
 - Définir les étapes, éléments et les outils graphiques et informatiques nécessaires à la réalisation de celle-ci
 - Prendre en compte les contraintes liées à l'utilisation d'un média interactif (ergonomie, accessibilité, caractéristique du public cible, ...)

Acquis d'apprentissage spécifiques

L'étudiant sera capable :

- d'aborder l'ensemble des médias, leur évolution et leur actualité et de pouvoir en dégager et analyser les enjeux sociaux, culturels, économiques et politiques des nouveaux moyens de communications et d'appréhender les éléments fondamentaux de la culture de l'image pour les interroger dans leurs formes les plus contemporaines ;
- de développer un concept créatif au coeur d'une campagne de communication ;
- d'assurer une présentation orale ou visuelle de façon professionnelle ;
- de développer une stratégie de marque et une identité visuelle ;
- de développer un plan de communication 360° ;
- de connaître les principes de l'écriture pour le web.

Contenu de l'AA Communication écrite et/ou visuelle 3

- La stratégie de marque, l'identité visuelle, le logo ;
- Ecrire dans un cadre communicationnel : écriture et référencement ;
- Techniques de communication orale ;
- Techniques visant à la mise en place d'un concept créatif original et d'un plan de communication adapté ;
- Le plan de communication : théorie et pratique ;
- Etude de campagnes de communication ;
- Stratégie de communication à l'heure des nouvelles technologies. A l'ère d'Internet et de la mondialisation : questions soulevées par les mutations technologiques et sociologiques des nouveaux moyens de communication.

Laboratoires :

- Exercices d'expression écrite : préparation d'une keynote, travaux de rédaction et de mises en page (préparation à l'écriture des rapports de TFE et de stage), réalisation d'articles en ligne ;
- Exercices d'expression orale : interview face caméra, réalisation d'une keynote filmée, présentation orale des travaux écrits.

Méthodes d'enseignement

Communication écrite et/ou visuelle 3 : cours magistral, travaux de groupes, approche par projets, approche interactive, approche par situation problème, approche inductive, approche avec TIC, activités pédagogiques extérieures

Supports

Communication écrite et/ou visuelle 3 : copies des présentations, notes de cours, notes d'exercices

Ressources bibliographiques de l'AA Communication écrite et/ou visuelle 3

- "Ecrire pour le web", Muriel Gani, éditions Dunod, 2018
- "Le plan de communication", Thierry Libaert, éditions Dunod, 2013
- "Réussir ses relations presse", Elodie Cally, éditions Dunod, 2015
- "Communication", Thierry Libaert, Editions Vuibert, 2018
- "Communicator, 8ème édition", Assaël Adary, Céline Mas, éditions Dunod, 2018
- "L'identité de marque", Alina Wheeler, éditions Pearson, 2018
- "Communication écrite et/ou visuelle", syllabus de Magali Siroul (HEH), 2016
- "La Communication. De la transmission à la relation", Jean Lohisse. Ed. De Boeck. 4e édition, 2010
- Petite fabrique de l'image, Magnard, Paris, 2003
- Anne Bony, Le design : histoire, principaux courants, grandes figures, Larousse, Paris, 2007
- Carnegie, D. (1ère édition en français en 1936; cette édition en livre de poche : 1990) - Comment se faire des amis - Editions Hachette - Paris - 250 pages
- Bernard Dagenais, Le plan de communication, l'art de séduire ou de convaincre les autres. Presse de l'Université. Laval
- Damien Renard (Professeur à l'université catholique de Louvain-la-Neuve, en charge des cours de Marketing et stratégies communicationnelles, Communications externes, Communication corporate et stratégies du Web, actions et mesures)
- "Le grand livre du marketing digital", Rémy Marrone, 2018, éditions Dunod

Références en ligne :

- <https://www.infopresse.com>
- <http://www.museodelmarchioitaliano.com>
- <https://www.colmar.fr>
- <https://www.creads.fr>
- Bernard Dagenais, Le plan de communication, l'art de séduire ou de convaincre les autres. Presse de l'Université Laval
- "Relations Presse et Médias", Nicolas Sottiaux – Ihecs Formation
- <http://oreilletendue.com/author/benoit-melancon>
- <http://correcteurs.blog.lemonde.fr>
- www.storytelling.fr

Évaluations et pondérations

| | |
|-------------------------------|--|
| Évaluation | Note d'UE = note de l'AA |
| Langue(s) d'évaluation | Communication écrite et/ou visuelle 3 : Français |

Méthode d'évaluation de l'AA Communication écrite et/ou visuelle 3 :

Examen oral 50%
Évaluation continue 50% (non remédiable en seconde session)

