

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	30	Quad 1

Activités d'apprentissage	Heures	Enseignant(s)
Communication 3	30h	Nicolas SOTTIAUX

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

Répartition des heures
Communication 3 : 20h de théorie, 5h d'exercices/laboratoires, 5h de travaux

Langue d'enseignement
Communication 3 : Français

Connaissances et compétences préalables
Pré-requis : Communication 1A, 1B et 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, ...)

Objectifs de développement durable (rubrique optionnelle pour l'année académique 2022-2023)



Pas de pauvreté

Objectif 1 Éliminer la pauvreté sous toutes ses formes et partout dans le monde

sous-objectifs : **1.1 - 1.2**



Faim "Zéro"

Objectif 2 Éliminer la faim, assurer la sécurité alimentaire, améliorer la nutrition et promouvoir l'agriculture durable

sous-objectifs : **2.1 - 2.2**



Bonne santé et bien être

Objectif 3 Permettre à tous de vivre en bonne santé et promouvoir le bien-être de tous à tout âge

sous-objectifs : **3.a - 3.b**



Education de qualité

Objectif 4 Assurer l'accès de tous à une éducation de qualité, sur un pied d'égalité, et promouvoir les possibilités d'apprentissage tout au long de la vie

sous-objectifs : **4.3 - 4.4 - 4.5 - 4.6 - 4.7**



Egalité entre les sexes

Objectif 5 Parvenir à l'égalité des sexes et autonomiser toutes les femmes et les filles

sous-objectifs : **5.1 - 5.2 - 5.3 - 5.4 - 5.5 - 5.a - 5.b - 5.c**



Eau propre et assainissement

Objectif 6 Garantir l'accès de tous à l'eau et à l'assainissement et assurer une gestion durable des ressources en eau

sous-objectifs : **6.1 - 6.2 - 6.3 - 6.4 - 6.5 - 6.6 - 6.b**

Energie propre et d'un coût abordable

Objectif 7 Garantir l'accès de tous à des services énergétiques fiables, durables et modernes, à



un coût abordable

sous-objectifs : 7.2



Travail décent et croissance économique

Objectif 8 Promouvoir une croissance économique soutenue, partagée et durable, le plein emploi productif et un travail décent pour tous

sous-objectifs : 8.2 - 8.3 - 8.4 - 8.5 - 8.6



Consommation et production responsables

Objectif 12 Établir des modes de consommation et de production durables

sous-objectifs : 12.2 - 12.5



Mesures relatives à la lutte contre les changements climatiques

Objectif 13 Prendre d'urgence des mesures pour lutter contre les changements climatiques et leurs répercussions

sous-objectifs : 13.3



Vie aquatique

Objectif 14 Conserver et exploiter de manière durable les océans, les mers et les ressources marines aux fins du développement durable

sous-objectifs : 14.1



Vie terrestre

Objectif 15 Préserver et restaurer les écosystèmes terrestres, en veillant à les exploiter de façon durable, gérer durablement les forêts, lutter contre la désertification, enrayer et inverser le processus de dégradation des sols et mettre fin à l'appauvrissement de la biodiversité

sous-objectifs : 15.1



Paix, justice et institutions efficaces

Objectif 16 Promouvoir l'avènement de sociétés pacifiques et ouvertes aux fins du développement durable, assurer l'accès de tous à la justice et mettre en place, à tous les niveaux, des institutions efficaces, responsables et ouvertes

sous-objectifs : 16.1

Acquis d'apprentissage spécifiques

- Développer un concept créatif au coeur d'une campagne de communication ;
- Assurer une présentation orale ou visuelle de façon professionnelle ;
- Développer une identité de marque, une stratégie de marque et une identité visuelle ;
- Développer un plan de communication et une campagne de communication "360°" en s'appuyant sur une stratégie et des objectifs (KPI) ;
- Réaliser l'ensemble des supports utiles à la présentation de ce plan de communication (présentation, brochure, illustrations...) ;
- Répondre à un cahier des charges tels que ceux développés par les pouvoirs adjudicateurs ;
- Maîtriser les grands principes du marketing, de la publicité et la théorie du plan de communication.

Contenu de l'AA Communication 3

- La stratégie de marque, l'identité visuelle, le logo ;
- Écrire dans un cadre communicationnel ;
- 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 ;
- Développement d'une stratégie de communication ;
- Approfondissement des techniques de marketing ;
- Étude de campagnes de communication ;
- Stratégie de communication à l'heure des nouvelles technologies.
- Analyses de campagnes de communication ;
- Les médias et le plan de communication.

Laboratoires :

- Travaux : réalisation d'un plan de communication, des keynotes de présentation client, travaux de rédaction et de mises en page, réalisation d'articles, réalisation des supports liés à la campagne de communication ;
- Exercices d'expression orale : réalisation d'une keynote filmée, présentation orale des travaux écrits.

Méthodes d'enseignement

Communication 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 3 : copies des présentations, notes de cours, notes d'exercices

Ressources bibliographiques de l'AA Communication 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 3 : Français
Méthode d'évaluation de l'AA Communication 3 :	
Évaluation : évaluation continue et examen écrit.	
Pondération et détail :	
<ul style="list-style-type: none">• Partie 1 de l'évaluation - "Examen écrit" : 40 % ;• Partie 2 de l'évaluation - "Évaluation continue" : 60 % (présentations orales, travaux à déposer, participation aux cours).	
En ce qui concerne les travaux qui interviennent en cours d'année, les travaux oraux sont non remédiables en seconde session . Les autres travaux et l' examen écrit sont remédiables en seconde session.	
Si l'étudiant obtient moins de 10/20 à la Partie 1 ou la Partie 2 de l'évaluation (l'examen écrit OU l'évaluation continue), la moyenne globale ne pourra excéder 9/20. Il reviendra donc à l'étudiant de représenter, en seconde session, la ou les parties pour lesquelles il n'a pas obtenu la note de 10/20.	
Un étudiant absent à la moitié des séances de cours peut se voir refuser l'accès à l'examen écrit de l'UE.	

Année académique : **2022 - 2023**