

**Option**

Publicité

**Cours**

Atelier – Digital (Web & RS)

**Enseignant·e-s**

Denis Scieur

**Année**

BAC3

**Crédits ECTS**

3

**Volume horaire**

45 h

**Périodicité**

Annuel

**Code**

43QL

**Unité d'enseignement**

UE15 Atelier Publicité

**Langue(s)**

Français

**Prérequis**

/

**Corequis**

/

**Acquis d'apprentissage spécifiques**

---

- Au terme de l'année académique, l'étudiant(e) sera capable d'élaborer la structure d'un site web (élaboration conceptuelle et graphique).
- Au terme de l'année académique, l'étudiant(e) sera capable d'assumer la promotion et le suivi d'un événement par une utilisation stratégique et créative des canaux de communication digitaux (sur base d'un cahier des charges ou briefing réaliste).
- Au terme de l'année académique, l'étudiant(e) sera capable de construire une stratégie marketing d'activation produit pour une marque spécifique et d'en gérer les retombées par rapport aux objectifs à atteindre.
- Au terme de l'année académique, l'étudiant(e) sera capable, sur base d'un briefing réaliste, de répondre à une problématique de marque exigeant une réaction « événementielle » immédiate sur le web, dans un laps de temps très réduit.

**Activités d'apprentissage**

---

L'atelier Web cherche avant tout à développer la capacité de l'étudiant à exploiter le potentiel dynamique offert par les canaux digitaux autour d'une marque, un produit ou une cause. Nous y envisageons les aspects purement pratiques liés à la mise en place d'une stratégie web, ainsi que les différentes formes qu'elle peut prendre dans le cadre d'une stratégie marketing globale. Des exercices précis permettront aux étudiants d'élargir leur champ de réflexion et d'y associer les compétences développées aux cours de Concept, de Photo/Photoshop et d'infographie.

Seront abordés :

- Forces, pièges et retombées d'une action de communication sur le web.
- Analyse des résultats (impact et retombées pour la marque).
- Gestion des retombées – réactions et suivi de l'action.

Analyse et scénarisation :

- Analyse de la cible et de ses attentes.
- Définition des objectifs et des limites de la marque.
- Élaboration de scénarios possibles (stratégie marketing à l'appui).
- Analyse et élaboration d'une stratégie digitale de promotion.
- Production d'un dossier de présentation.

Création et production :

- Étude de faisabilité et gestion de partenariats.
- Création de la charte graphique spécifique et des maquettes (bannières, spots, mini-site dédié, applications, action réseaux sociaux, buzz vidéo, street marketing...).
- Gestion du timing et contraintes de production.

2025-2026

**Option**

Publicité

**Cours**

Atelier – Digital (Web & RS)

**Enseignant-e-s**

Denis Scieur

**Année**

BAC3

**Crédits ECTS**

3

**Volume horaire**

45 h

**Périodicité**

Annuel

**Code**

43QL

**Unité d'enseignement**

UE15 Atelier Publicité

**Langue(s)**

Français

**Prérequis**

/

**Corequis**

/

---

**Méthodes d'enseignement et d'apprentissage**

Succession d'exercices de conception et de stratégie avec utilisation des médias « 360° ». Nous aborderons les différentes problématiques à travers une analyse des erreurs relevées dans les exercices proposés. Le niveau de difficulté évoluera au fur et à mesure des sujets abordés.

La méthode de travail est basée sur une approche pratique : l'étudiant propose une solution à la problématique donnée, puis répare ses erreurs suite à la correction.

---

**Modalités d'évaluation**

En début de projet, les corrections se font en priorité de façon individuelle afin de guider au mieux chacun des étudiants. En cours de projet, certaines corrections collégiales sont mises en place lorsque les difficultés rencontrées sont collectives. L'évaluation se fait de manière continue et est donnée en classe. L'ensemble des travaux est réévalué lors du jury de fin de session.