

Descriptif de cours B3 Publicité et Communication commerciale - année 2017-2018

Objectifs

Le cours d'anglais en B3, intitulé *Admajor*, vise à aborder la **langue** spécifique au business et à la profession de publicitaire tout en consolidant les connaissances et compétences linguistiques plus générales développées en B1 et B2. Les **contenus** abordés ont exclusivement trait à la communication marketing, et se concentrent sur les modèles publicitaires traditionnels propres aux supports classiques *above the line*, qui sont replacés à la fois dans leur cadre conceptuel et dans l'évolution sociétale.

A l'issue du cours, l'étudiant.e doit montrer sa capacité à comprendre et à exprimer des contenus propres à la communication marketing. Il/Elle le fera avec la correction et la précision requises pour pouvoir s'insérer dans le monde professionnel sans que ses connaissances ou capacités linguistiques ne constituent de frein. L'objectif pour les étudiants les mieux préparés est que leur niveau linguistique adapté au domaine de spécialité constitue un atout dans leur recherche de stage, d'emploi et dans le développement ultérieur de leur carrière.

Au sein du cursus académique, le cours de B3 fournira à l'étudiant.e le bagage conceptuel nécessaire à suivre sans difficulté linguistique le cours *en langues* de M1 consacré à la publicité digitale en mode présentiel exclusivement.

Le cours 2017-18 excluant les étudiants en programme Erasmus, les groupes-classe seront restreints. L'interaction **entre** les étudiant.e.s sera d'autant plus recherchée pour augmenter la pratique de la langue, en particulier grâce à la méthodologie de classes inversées. Ceci requiert à la fois une **préparation** des cours en amont par les étudiants, une **interaction** accrue pendant les cours, et donc une **présence obligatoire** aux cours. L'AA étant davantage un **processus d'apprentissage** qu'une série de cours, les absences éventuelles devront être justifiées et, dans la mesure du possible, annoncées à l'avance.

Activités

Le cours comprend différents **types d'interaction** enseignant-enseigné:

- des cours basés sur les échanges professeur-étudiants
- des présentations d'étudiants
- des activités de conversation par équipes de cinq étudiants
- des rencontres individuelles ou par binômes

Il intègre différentes **composantes**:

- **Lectures**: des échanges professeur-étudiants portant sur des aspects fondamentaux de la publicité traditionnelle, basés des documents textuels, audio, vidéo et sites web mis à disposition en ligne soit avant (classe inversée), soit après le cours.
- **Talks**: des sujets publicitaires présentés par des étudiants et discutés par leurs pairs (au premier semestre uniquement).
- **Weeklies**: des exercices hebdomadaires d'apprentissage et de révision de la langue de spécialité.
- **Media portfolio**: un corpus de documents (chapitres d'ouvrages, *audiobook*, séquences vidéo) dont l'étudiant synthétise le contenu, visant à une meilleure connaissance du contexte social, psychologique, humain, et des enjeux de la publicité.
- **Conversations**: deux séances de conversations par petits groupes avec feedback individuel, basées sur un dossier de lecture structuré de manière à créer un *information*

gap sur des sujets propres à la communication marketing (uniquement au second semestre).

- **Feedback**: chaque activité qui s’y prête, surtout les *talks* et *conversations*, fera l’objet d’un document individuel permettant à l’étudiant de prendre en compte ses lacunes personnelles et d’y remédier

Ces composantes structurent le **site** dédié au cours, qui met à disposition tous les supports nécessaires à l’étudiant.e : <http://ihecs-langues.be/admajor/>

Evaluation

Travaux en cours d’année : /40, à savoir :

1. Epreuve écrite (décembre) /10
2. Epreuve orale (décembre) /10
3. Conversation 1 (mars) /10
4. Conversation 2 (avril) /10

Examen écrit final /40

Examen oral final /40

L’ensemble, comptant 5 crédits, est pondéré sur 50.

Répartition de la matière :

	Ecrit décembre	Oral décembre	Conversations	Ecrit final	Oral final
Lectures	★			★ Matière de l’année	★ Matière de l’année
Weeklies	★			★ Matière de l’année	
Media portfolio	★ pour une petite partie définie – ne figure pas au 2 ^e quadri	★ majeure partie du portfolio 1 ^{er} quadri uniquement – ne figure pas au 2 ^e quadri			★ Second quadri uniquement
Conversation corpus			★		
Feedback	Doit permettre un progrès individuel, sans faire l’objet d’évaluation spécifique				

Jean Pierre Ranschaert,
Septembre 2017