

Ministère de la Communauté française

Administration générale de
l'Enseignement et de la Recherche
scientifique.

Direction générale de l'Enseignement
non obligatoire et de la Recherche
scientifique.

Service de l'enseignement
de promotion sociale.

1010 Bruxelles , le 16 Jan 2004
Boulevard Pachéco, 19, Bte 0
02 / 210.58.52

1

Monsieur Jacques LEFERE
Administrateur délégué
CPEONS

rue des Minimes 87-89
1000 BRUXELLES

Ref.: CC / Document de référence interréseaux

Objet : Document de référence interréseaux(convention) - Régime 1

Unité de formation : FAIRE DE LA PUBLICITE DE MANIERE PROFESSIONNELLE
(CONVENTION : C.P.N.A.E.)
Classement : ENSEIGNEMENT SECONDAIRE SUPERIEUR DE TRANSITION
Code Référence : 035026U21V1
Domaine : 001 Formation générale-SE:math,sciences,français,insertion...

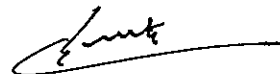
Monsieur l'Administrateur délégué,

J'ai l'honneur de vous faire parvenir le document de référence relatif à l'unité de formation
mentionnée sous rubrique.

Veillez agréer, Monsieur l'Administrateur délégué, l'assurance de ma considération distinguée.

P.D. Le Directeur général adjoint,

Julien Laermans



Nicole SCHETS
Directrice

Toute demande de renseignements relative à l'objet de la présente peut être obtenue auprès de
Mlle Biéva ou Melle Cacheux (02/210.58.57)

MINISTERE DE LA COMMUNAUTE FRANCAISE
ADMINISTRATION GENERALE DE L ' ENSEIGNEMENT ET DE LA
RECHERCHE SCIENTIFIQUE

ENSEIGNEMENT DE PROMOTION SOCIALE DE REGIME 1

DOSSIER PEDAGOGIQUE

UNITE DE FORMATION

FAIRE DE LA PUBLICITE DE MANIERE PROFESSIONNELLE.
(CONVENTION : C.P.N.A.E.)

ENSEIGNEMENT SECONDAIRE SUPERIEUR DE TRANSITION

CODE : 03 50 26 U 21 V1

CODE DU DOMAINE DE FORMATION : 001

Document de référence inter-réseaux
approuvé le 11/12/03

FAIRE DE LA PUBLICITE DE MANIERE PROFESSIONNELLE (CONVENTION : C.P.N.A.E.)

ENSEIGNEMENT SECONDAIRE SUPERIEUR DE TRANSITION

1. FINALITES DE L' UNITE DE FORMATION.

1.1. Finalités générales

Conformément à l'article 7 du décret de la Communauté française du 16 avril 1991 organisant l'enseignement de promotion sociale, cette unité de formation doit :

- Concourir à l'épanouissement individuel en promouvant une meilleure insertion professionnelle, sociale, culturelle et scolaire;
- Répondre aux besoins et demandes en formation émanant des entreprises, des administrations, de l'enseignement et d'une manière générale des milieux socio-économiques et culturels.

1.2. Finalités particulières

Cette unité de formation vise à donner aux différents collaborateurs d'une entreprise un aperçu des différentes approches publicitaires pouvant être employées dans une PME . S'adressant plus particulièrement aux employés polyvalents et/ou du département afférent à la communication, cette formation, après avoir défini ce en quoi consiste une publicité rentable, fera découvrir à chaque participant à la formation qu'il est possible de sous-traiter un travail et d'évaluer le bien-fondé, la faisabilité et le coût des propositions d'un bureau-conseil en publicité.

2. CAPACITES PREALABLES REQUISES.

2.1. Capacités

L'étudiant sera capable de:

Lire et comprendre un texte d'un niveau de langue courante, plus précisément:

- lire mentalement à une vitesse supérieure à celle de la parole (plus ou moins 9000 mots par heure);
- répondre à des questions de compréhension:
 - ◆ répondre à ce qui est demandé;
 - ◆ retrouver rapidement une information;
 - ◆ citer les références du texte.

S'exprimer oralement

Choisir un niveau de langue approprié à la situation de communication pour:

- demander des explications;
- répondre à ce qui est demandé;
- répéter fidèlement une information;
- donner des explications.

S'exprimer par écrit

Ecrire (sous la dictée) un texte de niveau de langue courante d'au moins vingt lignes:

- avec une orthographe correcte;
- avec une ponctuation cohérente;
- en coupant correctement les mots;
- en disposant le texte en paragraphes.

2.2. Titre(s) pouvant en tenir lieu.

Certificat d'Enseignement Secondaire Inférieur ou titre équivalent.

3. HORAIRE MINIMUM DE L'UNITE DE FORMATION.

3.1 Dénomination du cours périodes	Classement	Code U	Nombre de
Communication	CT	B	8
3.2. Part d'autonomie		P	0
3.3 Total des périodes			8

4. PROGRAMME MINIMUM.

Les thèmes suivants seront abordés :

- Enjeu de la formation
- Importance de la publicité
- Aperçu du monde de la publicité
- Quand et où faire de la publicité ?
- Le rôle des régies
- Le rôle des agences
- Données fondamentales pour un briefing publicitaire
- Sous quel format doit-on fournir l'information ?
- Les obligations propres aux différents médias
- Abréviations et jargon publicitaires
- Elaboration d'un message commercial
- Placement d'un message commercial

5. CAPACITES TERMINALES.

A l'issue de cette unité de formation, l'étudiant aura appréhendé les différentes techniques publicitaires. Il sera capable d'utiliser au mieux ces techniques afin de donner un plus grand rayonnement à son entreprise. Il sera également apte à analyser et évaluer les divers dossiers et projets soumis à son entreprise par les différents bureaux-conseil en publicité.

Pour la détermination du degré de maîtrise, il sera tenu compte de la pertinence de l'analyse.

6. CHARGE(S) DE COURS.

Un enseignant ou un expert.

L'expert sera un spécialiste disposant d'une compétence professionnelle actualisée et reconnue dans le domaine.

7. CONSTITUTION DES GROUPES OU REGROUPEMENT.

Aucune recommandation particulière.