

# Bachelier en Publicité option : médias contemporains

**HELHa Campus Mons** 159 Chaussée de Binche 7000 MONS

Tél : +32 (0) 65 40 41 43

Fax : +32 (0) 65 40 41 53

Mail : [pub.mons@helha.be](mailto:pub.mons@helha.be)

## 1. Identification de l'Unité d'Enseignement

UE 07 Création publicitaire 1			
Code	ARPB1B07CREP	Caractère	Obligatoire
Bloc	1B	Quadrimestre(s)	Q1Q2
Crédits ECTS	14 C	Volume horaire	144 h
Coordonnées des responsables et des intervenants dans l'UE	<b>Eric PASTURE</b> ( <a href="mailto:eric.pasture@helha.be">eric.pasture@helha.be</a> ) <b>Isabelle HUBINON</b> ( <a href="mailto:isabelle.hubinon@helha.be">isabelle.hubinon@helha.be</a> ) <b>Jean-François DELVIN</b> ( <a href="mailto:jean-francois.delvin@helha.be">jean-francois.delvin@helha.be</a> ) <b>Marie-Line CLIPPE</b> ( <a href="mailto:marie-line.clippe@helha.be">marie-line.clippe@helha.be</a> )		
Coefficient de pondération	140		
Cycle et niveau du Cadre Francophone de Certification	bachelier / niveau 6 du CFC		
Langue d'enseignement et d'évaluation	Français		

## 2. Présentation

### Introduction

Développer un esprit critique, comprendre un briefing pour mettre au point une idée originale et créer un projet publicitaire de qualité. Mettre en place les bases d'une culture de l'image dans la création publicitaire. Enrichir sa vision du design graphique publicitaire et favoriser une exploitation graphique personnalisée. Enrichir sa culture artistique, s'informer des nouvelles tendances pour élargir son champ de créativité. Avoir un regard critique sur les rapports entre l'art et la société dans leur contexte historique, social, culturel et intellectuel. Développer la capacité à structurer un visuel en vue d'une publication, et cela, en développant un champ d'action créatif le plus large possible. Réalisation de projets en rough avec les qualités graphiques requises. Développer un concept original du projet à la réalisation finale.

Développer la curiosité. Acquisition des principes de base de la typographie et de la lettre. Développer le processus de création dans la recherche typographique. Mettre en place une culture typo pour répondre aux exigences de la communication graphique.

### Contribution au profil d'enseignement (cf. référentiel de compétences)

Cette Unité d'Enseignement contribue au développement des compétences et capacités suivantes :

#### Compétence 2 **Compétences transversales spécifiques à la Catégorie Arts Appliqués**

Sous Compétence 2.1 Compétences artistiques

- 2.1.1 Enrichir sa culture artistique, s'informer des nouvelles tendances pour élargir son champ de créativité
- 2.1.3 Privilégier l'impact d'une image par une recherche et une expérimentation graphique personnelle
- 2.1.4 Développer sa sensibilité et son sens esthétique

#### Compétence 3 **Compétences spécifiques**

Sous Compétence 3.1 Maîtriser le graphisme dans ses techniques imposées par la profession

- 3.1.2 Concevoir une composition graphique lisible et équilibrée

### Acquis d'apprentissage visés

A l'issue de l'unité d'enseignement, l'étudiant sera capable de :

- Réaliser une recherche personnelle pour appuyer sa création
- Créer des projets graphiques pertinents en fonction des exigences d'un briefing
- De mettre en place un concept et d'exprimer graphiquement l'idée en adéquation avec la communication
- De développer une culture de l'image dans la création publicitaire
- D'acquérir les bases d'un projet layout et favoriser une expression graphique intéressante
- D'exploiter la typo en tant qu'image à lire et à voir dans la communication publicitaire
- De développer une sensibilité propre à la typo dans l'univers du design graphique

- D'acquérir les principes de base du dessin de la lettre pour la recherche graphique
- De développer une réflexion dans le processus créatif en respectant les objectifs du briefing.

### **Liens avec d'autres UE**

Prérequis pour cette UE : aucun

Corequis pour cette UE : aucun

## **3. Description des activités d'apprentissage**

Cette unité d'enseignement comprend les activités d'apprentissage suivantes :

ARPB1B07CREPA	Création publicitaire	96 h / 10 C
ARPB1B07CREPB	Typographie	48 h / 4 C

Les descriptions détaillées des différentes activités d'apprentissage sont reprises dans les fiches descriptives jointes.

## **4. Modalités d'évaluation**

Les 140 points attribués dans cette UE sont répartis entre les différentes activités de la manière suivante :

ARPB1B07CREPA	Création publicitaire	90
ARPB1B07CREPB	Typographie	50

Les formes d'évaluation et les dispositions complémentaires particulières des différentes activités d'apprentissage sont reprises dans les fiches descriptives jointes.

### **Dispositions complémentaires relatives à l'UE**

Présence obligatoire aux cours ainsi qu'à la remise des travaux.

En cas de note inférieure à 8/20 dans une activité d'apprentissage, cette note devient la note de l'UE.

Référence au REE

Toute modification éventuelle en cours d'année ne peut se faire qu'exceptionnellement et en accord avec le Directeur de Catégorie ou son délégué et notifiée par écrit aux étudiants (article 10 du Règlement des études).

## Bachelier en Publicité option : médias contemporains

**HELHa Campus Mons** 159 Chaussée de Binche 7000 MONS  
Tél : +32 (0) 65 40 41 43 Fax : +32 (0) 65 40 41 53 Mail : [pub.mons@helha.be](mailto:pub.mons@helha.be)

### 1. Identification de l'activité d'apprentissage

Création publicitaire			
Code	2_ARPB1B07CREPA	Caractère	Obligatoire
Bloc	1B	Quadrimestre(s)	Q1Q2
Crédits ECTS	10 C	Volume horaire	96 h
Coordonnées du Titulaire de l'activité et des intervenants	Eric PASTURE ( <a href="mailto:eric.pasture@helha.be">eric.pasture@helha.be</a> ) Isabelle HUBINON ( <a href="mailto:isabelle.hubinon@helha.be">isabelle.hubinon@helha.be</a> ) Jean-François DELVIN ( <a href="mailto:jean-francois.delvin@helha.be">jean-francois.delvin@helha.be</a> )		
Coefficient de pondération	90		
Langue d'enseignement et d'évaluation	Français		

### 2. Présentation

#### Introduction

Développer un esprit critique, comprendre un briefing pour mettre au point une idée originale et créer un projet publicitaire de qualité. Mettre en place les bases d'une culture de l'image dans la création publicitaire. Enrichir sa vision du design graphique publicitaire et favoriser une exploitation graphique personnalisée.

Enrichir sa culture artistique, s'informer des nouvelles tendances pour élargir son champ de créativité.

Avoir un regard critique sur les rapports entre le monde artistique et la société dans leur contexte historique, social, culturel et intellectuel. Développer la capacité à structurer un visuel en vue d'une publication en développant un champ d'action créatif le plus large possible.

Réalisation de projets en rough avec les qualités graphiques requises. Développer un concept original à l'aide d'un projet graphique adéquat. Développer la curiosité dans le monde de la création publicitaire.

Seront également abordés les techniques de création publicitaires avec dans un premier temps des déclinaisons de campagnes existantes pour ensuite réaliser des campagnes créatives basées sur un insight

#### Objectifs / Acquis d'apprentissage

A l'issue du cours, l'étudiant sera capable de :

- Chercher un insight intéressant et le développer dans les différents supports
- Créer des projets graphiques pertinents en fonction des exigences d'un briefing.
- mettre en place un concept et exprimer graphiquement l'idée en adéquation avec la communication
- développer une culture de l'image dans la création publicitaire
- d'acquérir les bases d'un projet layout, et favoriser une expression graphique intéressante

### 3. Description des activités d'apprentissage

#### Contenu

Présentation de la démarche pédagogique et des objectifs lors du premier cours (connected)

Table des matières sommaire des travaux demandés:

- réalisation d'un carnet d'inspirations graphiques personnelles (de type carnet de voyage) avec pour objectif la réalisation de moodboards (timing: sept-juin avec évaluations intermédiaires).
- réalisation d'images graphiques (sur base d'un objet simple)
- travail de l'image / travail de la mise en page / travail de technique créative et de recherche (pour divers sujets, par ex. portrait célébrité) ainsi que la créations d'affiches (ex: réserves naturelles...)
- réalisation de couvertures de livres (pour "Graphic Design" avec intégrations typographiques et recherche de codes-barres créatifs).

- travail de différentes techniques de recherches graphiques
- travaux de conception publicitaire: mise en place de la stratégie de la communication, mise en place d'un moodboard pour développer une culture de l'image et favoriser l'acte créatif. Etudes et recherches publicitaires au niveau du rough.
- Mise en situation graphique du concept publicitaire en fonction du média sélectionné et de ses caractéristiques.

### **Démarches d'apprentissage**

Chaque création est une introspection dans l'acte créatif et l'enseignant n'aura pour tâche que d'accompagner l'étudiant dans ses multiples démarches afin qu'il se réalise au travers de ses créations. C'est pour cela qu'il est primordial que l'étudiant soit présent au cours afin de vivre et d'échanger pleinement sa créativité avec l'enseignant. C'est un cheminement qui se construit au jour le jour, qui se ressent et l'échange avec le professeur est indispensable afin d'aiguiser sa sensibilité artistique et de mettre au point la recherche publicitaire. Exercices dirigés.

Au cours de l'année, des visites de musées et d'expositions artistiques et publicitaires sont organisées afin de développer la curiosité culturelle et d'élargir le champ créatif des étudiants. Ces visites seront d'éventuelles sources d'inspiration pour leurs réalisations.

L'étudiant sera en possession d'un carnet personnel où il compilera ses inspirations et recherches (moodboard) et ses notes graphiques concernant les visites organisées.

Ce carnet sera réalisé de manière graphique (carnet de voyage).

- Avec chaque briefing, des documents seront disponibles sur connected en rapport avec les objectifs du travail créatif et graphique ( exemples et modèles, sites internet ).

- Un planning de travail ( timing calendrier, nombre de cours ) est fixé lors de la présentation du briefing, chaque étape du travail créatif permettra une mise au point et une correction des idées / projets avec l'étudiant.

### **Dispositifs d'aide à la réussite**

Mise au point et correction individualisée de la recherche et du projet avec l'étudiant. Réflexion sur la stratégie et la recherche devant les étudiants, argumentation et défense des idées, vision globale des réalisations permettant à l'étudiant de juger de la pertinence des idées et de qualité graphique de son travail. Possibilité d'améliorer les travaux.

Dans cette activité d'apprentissage, l'étudiant aura la possibilité d'améliorer ses travaux durant le quadrimestre afin de revoir sa cote.

Les étudiants participeront à des brainstorming pour améliorer leurs idées et présenteront devant la classe leurs travaux.

### **Ouvrages de référence**

Il est conseillé aux étudiants de s'appuyer sur des recherches personnelles en art actuel (dans des magazines tels que "Art Actuel", "Beaux Arts Magazine", "Illustration Now!" aux éditions Tacshen,...)

Périodiques ( Etapes Graphiques, Beaux-Arts, Art Actuel, Connaissance des Arts ...)

Pricken, M. (2008).

- Revues Archive pour la création publicitaire au niveau international.

- La publicité créative, idées et techniques tirées des plus grandes campagnes publicitaires. Pyramid.

- Expérience professionnelle.

### **Supports**

L'étudiant devra être en possession d'un carnet personnel où il compilera

- ses inspirations et recherches (recherches personnelles et imposées / web - bibliothèques / magazines d'art et plus particulièrement d'art actuel)

- ses notes graphiques concernant les visites organisées

Ce carnet doit être réalisé de manière graphique (carnet de voyage) et une attention particulière est accordée à la personnalisation de la couverture et à la tenue de celui-ci.

Bibliothèque, périodiques et revues spécialisées.

Directives pratiques :

- L'étudiant sera en possession de son matériel (en fonction de sa créativité : choix du support, de la technique...) lors de chaque cours atelier ainsi que de son carnet d'inspirations graphiques.

L'étudiant aura effectué au préalable ses recherches personnelles

- Sites internet en rapport avec les objectifs du briefing, sur le plan créatif et au niveau graphique.
- Présentation des exercices avec le rétroprojecteur, remise de documents photocopies.
- présentation Show Reel concours internationaux en publicité

## 4. Modalités d'évaluation

### Principe

o Evaluation continue :

Les créations des étudiants sont évaluées tout au long des recherches et de l'exécution afin d'améliorer le niveau de chacune.

Les critères d'évaluation sont les suivants :

- respect des consignes (format, sujet, impositions obligatoires)
- la composition
- l'originalité
- la prise de risques
- le soin et la présentation
- la curiosité (qui s'évaluera particulièrement au travers du carnet de voyages)
- justesse de l'insight
- originalité des idées créatives
- hiérarchie des éléments à mettre en avant dans la composition

o Présentation de l'évolution des créations (lors de la semaine avant la Toussaint)

o Présentation de leurs créations finalisées du premier semestre et du carnet de voyages en janvier

o Présentations des créations finalisées du second semestre et du carnet de voyages en juin

Une note de travail journalier est attribuée tout au long de l'évolution des travaux.

Une note est attribuée également lors des remises de travaux de janvier et de juin.

- L'évaluation du travail créatif et graphique se fait à chaque cours, l'étudiant sait en permanence où se situe son travail pour apporter les corrections et modifications nécessaires sur le plan créatif et technique.

- Lors de la remise d'un travail pratique c'est un ensemble d'éléments: dossier créatif, études et recherches graphiques, qualité du moodboard et des projets définitifs. La cote du travail est attribuée en fonction du travail global.

### Pondérations

	Q1		Q2		Q3	
	Modalités	%	Modalités	%	Modalités	%
production journalière	Evc	60	Evc	60		
Période d'évaluation	Trv	40	Trv	40	Trv	40

Evc = Évaluation continue, Trv = Travaux

La pondération de cette activité d'apprentissage au sein de l'UE dont elle fait partie vaut 90

### Dispositions complémentaires

La présence aux cours est obligatoire. Pendant l'année, le non respect des dates de remise entraînera un retrait de 3 points sur 20 par jour de retard.

La section pratique l'arrondi mathématique pour l'évaluation des 2 périodes.

Pendant les sessions, tout étudiant retardataire sera envoyé à la Direction.

Référence au REE

Toute modification éventuelle en cours d'année ne peut se faire qu'exceptionnellement et en accord avec le Directeur de Catégorie ou son délégué et notifiée par écrit aux étudiants (article 10 du Règlement des études).



## Bachelier en Publicité option : médias contemporains

**HELHa Campus Mons** 159 Chaussée de Binche 7000 MONS  
Tél : +32 (0) 65 40 41 43 Fax : +32 (0) 65 40 41 53 Mail : [pub.mons@helha.be](mailto:pub.mons@helha.be)

### 1. Identification de l'activité d'apprentissage

Typographie			
Code	2_ARPB1B07CREPB	Caractère	Obligatoire
Bloc	1B	Quadrimestre(s)	Q1Q2
Crédits ECTS	4 C	Volume horaire	48 h
Coordonnées du Titulaire de l'activité et des intervenants	Eric PASTURE ( <a href="mailto:eric.pasture@helha.be">eric.pasture@helha.be</a> ) Marie-Line CLIPPE ( <a href="mailto:marie-line.clippe@helha.be">marie-line.clippe@helha.be</a> )		
Coefficient de pondération	50		
Langue d'enseignement et d'évaluation	Français		

### 2. Présentation

#### Introduction

- Acquérir les principes de base de la typographie ( typo à lire et à voir ).
- Concevoir typographiquement des projets clairs et lisibles pour une meilleure communication.
- Acquisition des principes de base de la lettre à main levée dans le cadre de la création d'un projet publicitaire.
- Développer le processus: de réflexion, création et argumentation sur le plan typographique.
- Acquisition d'une culture typo pour répondre aux exigences de la communication graphique.

#### Objectifs / Acquis d'apprentissage

A l'issue du cours, l'étudiant sera capable:

- D'exploiter la typo en tant qu'image à lire et à voir dans la communication publicitaire.
- De développer une sensibilité propre à la typo dans l'univers du design graphique.
- D'acquérir les principes de base du dessin de la lettre pour la recherche graphique.
- De développer une réflexion dans le processus créatif en respectant les directives et objectifs du briefing.

### 3. Description des activités d'apprentissage

#### Contenu

- Les spécificités du caractère typo et les invariants typographiques.
- Les différentes formes d'adéquations typographiques.
- L'identification de la lettre et les classifications typographiques.
- Vue globale de l'histoire de la typo du 15ème siècle à nos jours. Les principaux acteurs et l'héritage typographique dans le design graphique.
- Etudes et recherches typographiques personnalisées.

#### Démarches d'apprentissage

- La présentation de la partie théorique se réalise sous une forme magistrale appuyée d'une forme interactive.
- Travaux dirigés permettant d'acquérir un bagage typographique pour la recherche et la réalisation de projets graphiques.
- L'étudiant est placé dans une position de réflexion pour guider l'expérimentation et la recherche graphique.

#### Dispositifs d'aide à la réussite

- Correction individualisée de la recherche pour chaque étudiant, mise au point du projet graphique sur le fond et la

forme, en fonction des problèmes rencontrés, guidance personnalisée.

- Possibilité d'améliorer l'idée et la partie graphique des travaux ( calendrier personnalisé en fonction de l'étudiant )
- Disponibilité de l'enseignant en dehors des cours en fonction des problèmes rencontrés.

### Ouvrages de référence

- Expérience professionnelle.
- Références à des sites sur la typographie et le graphisme sur internet, inscription à des newsletters pour consultation de documents typographiques et d'informations.
- Sources bibliographiques:

Le design graphique, Alain Well. Le langage de la typographie, Will Hill. Typo du 20ème siècle, Lewis Blackwell. Les fondamentaux de la typographie, Gavin Ambrose et Paul Harris. Pratique de la typographie, Michael Harkins. Créations typographiques de 1985 à nos jours, Cees de Jong. Aide au choix de la typo-graphie, Gérard Blanchard. Manuel de design graphique, Timothy Samara. Manuel d'anatomie typographique, Stephen Coles...

### Supports

- Cours en ligne sur Claroline, pour la théorie et la pratique, une prise de notes est nécessaire pour la matière théorique.
- Sur Claroline également, divers documents en rapport avec la matière théorique et la réalisation des travaux pratiques.
- Revues à la bibliothèque ( étapes graphiques, archives ). Remise ponctuelle de documents photocopiés.
- Internet: inscriptions newsletters chez FontShop, consultation de divers sites typo pour l'actualité typographique, en référence aux cours théoriques ( paris.blog.lemonde.fr ... ), et pour la recherche typographique

## 4. Modalités d'évaluation

### Principe

- L'évaluation du travail pratique se fait à chaque cours en fonction du planning. L'étudiant présente son travail de recherche et d'étude, une correction personnalisée est donnée à chaque cours. L'étudiant peut donc situer son travail créatif et technique et apporter les corrections nécessaires.
- A la remise du travail pratique une note est donnée à l'étudiant qui lui permet de connaître sa moyenne en cours d'année. Il y a toujours une possibilité de remédiation pour améliorer une notation.
- Pour certains travaux, globalement des remarques interactives sont données devant l'ensemble de la classe.

### Pondérations

	Q1		Q2		Q3	
	Modalités	%	Modalités	%	Modalités	%
production journalière	Evc + Int + Prj	60	Evc + Int + Prj	60		
Période d'évaluation	Trv	40	Trv	40	Trv	40

Evc = Évaluation continue, Int = Interrogation(s), Prj = Projet(s), Trv = Travaux

La pondération de cette activité d'apprentissage au sein de l'UE dont elle fait partie vaut 50

### Dispositions complémentaires

- Pour le Q3, la note du travail journalier est acquise et ne bouge pas, l'étudiant représente 40% des points.
- Pour Q1 et Q2, un travail ( TP ) remis hors délais = 3 points en moins par jour de retard sur un total de 20 points. Un certificat médical ou justificatif légal, permettra en accord avec l'enseignant une remise différée. Le justificatif devra être remis avec le TP pour éviter le retrait de points par jour de retard.
- La présence au cours est obligatoire.

La section pratique l'arrondi mathématique pour l'évaluation des 2 périodes.  
Pendant les sessions, tout étudiant retardataire sera envoyé à la Direction.

Référence au REE

Toute modification éventuelle en cours d'année ne peut se faire qu'exceptionnellement et en accord avec le

Directeur de Catégorie ou son délégué et notifiée par écrit aux étudiants (article 10 du Règlement des études).