

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

1. Identification de l'Unité d'Enseignement

UE 25 Création publicitaire 2			
Code	ARPB2B25CREP	Caractère	Obligatoire
Bloc	2B	Quadrimestre(s)	Q1
Crédits ECTS	3 C	Volume horaire	36 h
Coordonnées des responsables et des intervenants dans l'UE	Samuel BUXIN (samuel.buxin@helha.be) Patrick PIRLOT (patrick.pirlot@helha.be)		
Coefficient de pondération	30		
Cycle et niveau du Cadre Francophone de Certification	bachelier / niveau 6 du CFC		
Langue d'enseignement et d'évaluation	Français		

2. Présentation

Introduction

Cette UE est composée de 2 activités d'apprentissage, à savoir "création publicitaire, "typographie". La présentation de chacune est développée dans les fiches respectives à ces activités d'apprentissage.

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 technique imposées par la profession

- 3.1.1 Gérer en tant que concepteur l'image sous toutes ses formes
- 3.1.2 Concevoir une composition graphique lisible et équilibrée
- 3.1.3 Utiliser la technique graphique la mieux appropriée au projet à réaliser en fonction des ressources, du temps imparti et du budget
- 3.1.4 Utiliser de manière performante les techniques informatiques les plus adéquates, notamment en photographie, en typographie...

Acquis d'apprentissage visés

L'étudiant devra être capable de développer une vision globale de sa créativité répondant aux différentes activités d'apprentissage avec une perception d'unité graphique et publicitaire.

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 :

ARPB2B25CREPA Création publicitaire 1

24 h / 2 C

ARPB2B25CREPB Typographie 1

12 h / 1 C

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

4. Modalités d'évaluation

Les 30 points attribués dans cette UE sont répartis entre les différentes activités de la manière suivante :

ARPB2B25CREPA	Création publicitaire 1	20
ARPB2B25CREPB	Typographie 1	10

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

La présence aux cours est obligatoire ainsi qu'à la remise des travaux.

En cas de note inférieure à 8/20 dans une des activités 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

1. Identification de l'activité d'apprentissage

Création publicitaire 1			
Code	2_ARPB2B25CREPA	Caractère	Obligatoire
Bloc	2B	Quadrimestre(s)	Q1
Crédits ECTS	2 C	Volume horaire	24 h
Coordonnées du Titulaire de l'activité et des intervenants	Patrick PIRLOT (patrick.pirlot@helha.be)		
Coefficient de pondération		20	
Langue d'enseignement et d'évaluation		Français	

2. Présentation

Introduction

L'approche du cours fait suite à la première année en création graphique, tout en préparant et en familiarisant l'étudiant aux spécificités de la création numérique.

Pour rappel : la création graphique - et la création artistique au sens large - s'exprime dans une totale liberté tout en respectant les impositions et désirs du client et les exigences du produit et de la communication.

Il ne s'agit pas exclusivement d'avoir une idée mais de savoir également présenter une image attrayante et ayant de l'impact.

Objectifs / Acquis d'apprentissage

L'objectif recherché : que l'étudiant sache gérer l'organisation d'une image dans un thème imposé.

L'étudiant sera capable de:

- réaliser une création personnelle et originale
- rechercher des sources (éveil à la curiosité culturelle artistique)
- Savoir expliquer sa démarche
- Savoir présenter un travail soigné
- Savoir respecter un délai
- Savoir utiliser les tendances graphiques attendues par un public cible
- Savoir être à l'écoute des attentes et des besoins du client
- Savoir interpréter une composition sous différents formats et différentes orientations (cross-médias)

3. Description des activités d'apprentissage

Contenu

- Réalisation de personnages d'après un document de magazine. Finalisation cours de dessin vectoriel
- Réalisation d'un autoportrait d'après photo. Suivi cours dessin vectoriel
- Photomontage et intégration de texte (en collaboration avec le cours de français et de dessin vectoriel).
- Création de signes graphiques, duplication, répétition. Suivi cours dessin vectoriel
- Création d'une composition et adaptation en différents formats et différentes orientations (cross média).

Démarches d'apprentissage

L'étudiant dans sa création se prendra totalement en charge et sera épaulé par le professeur afin de faire aboutir au mieux et de faire évoluer le plus loin possible son travail.

C'est pour cela que l'étudiant assiste au cours afin de vivre et d'échanger pleinement sa créativité avec l'enseignant. Les briefings sont donc donnés au cours : l'étudiant devra apprendre à prendre des notes et à ressentir les envies d'un client ainsi que ses désidérata.

Les briefings sont évidemment repris par l'enseignant plusieurs fois pendant l'élaboration créative.

Dispositifs d'aide à la réussite

Les étudiants doivent assister au cours et être actifs et créatifs durant celui-ci en soumettant leurs productions à la critique de manière régulière.

Ils auront loisir d'améliorer ou éventuellement de recommencer leurs travaux.

Ouvrages de référence

Les étudiants recherchent des sources d'inspiration sur le web, en bibliothèque... (magazines d'art et plus particulièrement d'art actuel).

Remarque importante : les sources d'inspiration sont un moteur et une prise d'ambiance thématique pour la création. Il n'est en aucun cas possible de reprendre une image partiellement ou dans son entièreté sous peine d'annulation du travail de l'étudiant.

Supports

cf. "ouvrages de référence"

Directives pratiques:

- L'étudiant sera en possession de son matériel (en fonction de sa création : choix du support, de sa technique et de son intention graphique) lors de chaque cours.
- L'étudiant aura effectué au préalable ses recherches de sources d'inspiration.

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, thématique...)
- la composition
- l'originalité
- la prise de risques
- le soin et la présentation
- l'aspect novateur du design

- o Présentation de créations finalisées en janvier.

Pondérations

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

Trv = Travaux

La pondération de cette activité d'apprentissage au sein de l'UE dont elle fait partie vaut 20

Dispositions complémentaires

Évaluation du TJ :

Chaque travail sera évalué sur 20 points.

Pendant le quadrimestre, 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(e) 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

1. Identification de l'activité d'apprentissage

Typographie 1			
Code	2_ARPB2B25CREPB	Caractère	Obligatoire
Bloc	2B	Quadrimestre(s)	Q1
Crédits ECTS	1 C	Volume horaire	12 h
Coordonnées du Titulaire de l'activité et des intervenants	Samuel BUXIN (samuel.buxin@helha.be)		
Coefficient de pondération		10	
Langue d'enseignement et d'évaluation		Français	

2. Présentation

Introduction

- Etude de l'identité visuelle globale de la marque (différents aspects).
- Adapter, modifier et créer une typographie spécifique pour les besoins de la marque et de son identité visuelle.
- Expérimentations graphiques personnalisées d'identités visuelles pour différentes marques.
- Mise en place d'une réflexion pertinente pour justifier la créativité.

Objectifs / Acquis d'apprentissage

- Mettre en place pour chaque exercice, un processus de réflexion sur base d'un dossier et d'un moodboard des plus complets et surtout intéressants pour la créativité.
- Permettre à l'étudiant de générer des idées et proposer les meilleures solutions possibles.
- Développer l'étude et la recherche graphique, sur base de croquis avec toutes les notifications pour l'argumentation.
- Avec le contenu du cours, donner à l'étudiant la possibilité d'être efficace dans la présentation, l'argumentation et la défense des idées et des projets.

3. Description des activités d'apprentissage

Contenu

- Analyse de la marque: les éléments constitutifs du logotype.
- Histoire et analyse de logos les plus représentatifs dans le design graphique.
- Etudes graphiques de l'identité visuelle à lire et à voir, le sigle, le logo, le symbole; modifier, adapter, relooker ou création d'une nouvelle identité pour la marque.
- Typologie du logo: analyse, réflexion et étude sur les composantes du logo.
- Anatomie de la lettre, termes typographiques : utiliser le bon vocabulaire.
- Les différentes formes graphiques de l'identité visuelle de la marque: interprétation et justification.

Démarches d'apprentissage

- La partie théorique du cours va servir à mettre en place un processus de réflexion et générer des idées.
- Les travaux dirigés vont donner à l'étudiant une vision progressive et pertinente de la stratégie créative.
- La recherche graphique sera focalisée sur base de croquis / esquisses avant d'entamer un travail de production, la

collaboration avec notamment le cours de dessin vectoriel va permettre cette démarche et cette expérimentation.

Dispositifs d'aide à la réussite

- Le travail créatif se fera par étapes successives, une correction sera effectuée à chaque cours et l'étudiant sera en mesure d'évaluer la pertinence de ses idées et de son travail.
- Possibilité d'améliorer un travail et de revoir une mauvaise note.
- Disponibilité de l'enseignant en dehors du cours, mise à disposition de livres ou revues.

Ouvrages de référence

- Expérience professionnelle
- Sources internet pour réaliser un bon moodboard, (modèles, tendances graphiques, studios et agences de design ...)
- Références bibliographiques: 100 principes fondamentaux de l'identité visuelle des marques, K. Budelmann. La création de logos, B. Gardner. Logos et identité visuelle - principes fondamentaux, M. Healey. Un voyage symbolique dans la marque, J. Beheaghel. L'homme et ses signes, A. Frutiger. Un carré noir dans le design G. Carron. Typo l'essentiel, T. Seddon. Typographie, Ambrose & Harris. Le graphisme en textes, Armstrong. Guide pratique de choix typographique, Rault. Logos et identité visuelle, Healey.

Supports

- Des fiches techniques seront mises à disposition des étudiants sur connectED.
- Sur connectED également des dossiers avec des renseignements complets pour les travaux pratiques.
- Remise ponctuelle de documents photocopiés.

4. Modalités d'évaluation

Principe

- L'évaluation d'un exercice se fait progressivement, à chaque cours l'étudiant reçoit une guidance et des remarques sur son travail créatif.
- Une note peut toujours être améliorée.

Pondérations

	Q1		Q2		Q3	
	Modalités	%	Modalités	%	Modalités	%
production journalière	Evc + Trv	60				
Période d'évaluation	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 10

Dispositions complémentaires

- La présence au cours est obligatoire.
- Un travail pratique qui n'est pas remis à temps, horaire fixé dans le briefing = 0
- Le non-respect des consignes du briefing sanctionnera l'étudiant.e d'un zéro à la note du travail.
- Un CM ou un justificatif officiel va permettre de différer la remise d'un travail pratique avec les directives de l'enseignant.
- En fonction des directives du briefing concernant la date de remise d'un TP, 3 points seront enlevés de la cote / 20 par jour de retard SI aucun motif valable ne peut être présenté.

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).