

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

PB108 Création publicitaire 1			
Code	ARPB1B08P108	Caractère	Obligatoire
Bloc	1B	Quadrimestre(s)	Q1
Crédits ECTS	5 C	Volume horaire	48 h
Coordonnées des responsables et des intervenants dans l'UE	Isabelle HUBINON (isabelle.hubinon@helha.be)		
Coefficient de pondération	50		
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 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.

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

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

Compétence 1 **Compétences transversales inter catégorielles de l'Enseignement supérieur de type court**

Sous Compétence 1.1 Communiquer de manière précise tant oralement que par écrit

1.1.1 Construire un message structuré, compréhensible, qui exprime une opinion, une réalisation, un événement

1.1.2 Rédiger correctement, défendre et argumenter une idée, un message, un concept

1.1.3 Résumer logiquement un message oral ou écrit en dégagant les idées clefs

1.1.4 Utiliser une terminologie professionnelle appropriée tant oralement que par écrit

1.1.5 Acquérir et développer son esprit critique

1.1.6 Défendre son travail par une argumentation adéquate, pertinente

Sous Compétence 1.2 S'intégrer à l'environnement économique et technique de son futur métier

1.2.3 Répondre aux exigences du monde du travail et se conformer aux contraintes imposées au travailleur

1.2.5 S'adapter à l'évolution des technologies et des exigences du secteur professionnel

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
Sous Compétence 2.2 Compétences "Arts appliqués"
- 2.2.1 Analyser les tendances et en retirer les différents éléments sémiologiques, sociologiques et psychologiques
- 2.2.3 Mobiliser tout type de techniques et d'expression à l'usage professionnel
- 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
 - Sous Compétence 3.2 Analyser et résoudre des situations professionnelles dans le domaine de la publicité
 - 3.2.1 Prendre en compte les objectifs des annonceurs et le comportement des consommateurs dans leurs composantes rationnelles, psychologiques et affectives et répondre à leurs attentes et répondre à leurs demandes
 - 3.2.2 Choisir les médias et les supports les plus appropriés pour véhiculer un message en fonction de la cible concernée
 - 3.2.3 S'adapter aux nouveaux médias et aux nouvelles formes de marketing

Acquis d'apprentissage visés

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

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 l(es) activité(s) d'apprentissage suivante(s) :

ARPB1B08P108 · PB108 Création publicitaire 1 48h / 5 C

Cette activité d'apprentissage comprend les parties suivantes :

Création publicitaire 1 48 h

Contenu

- 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.
- conception publicitaire de campagnes en fonction du média sélectionné et de ses caractéristiques.
- Techniques publicitaires

Démarches d'apprentissage

L'enseignant aura pour tâche 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.

Projections de campagnes publicitaires existantes pour développer la curiosité publicitaire et élargir le champ créatif des étudiants => sources d'inspiration pour leurs réalisations.

- 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. Réflexions 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.

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,...)

- Revues Archive pour la création publicitaire au niveau international.
- Cannes Lions

Supports

- 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

Néant

Pondérations

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

Evc = Évaluation continue, Trv = Travaux

Dispositions complémentaires

La présence aux cours est obligatoire.

Pendant l'année, le non respect des dates de remise entraînera un zéro.

Travaux remis sur un support non demandé = zéro (connected)

Plagiat = zéro

CM, L'étudiants devra remettre son travail au premier jour de son retour.

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 RGE

En cas de force majeure, une modification éventuelle en cours d'année peut être faite en accord avec le Directeur de département, et notifiée par écrit aux étudiants. (article 67 du règlement général des études 2019-2020).