

# 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

PB219 Création graphique publicitaire 4			
Code	ARPB2B19P219	Caractère	Obligatoire
Bloc	2B	Quadrimestre(s)	Q2
Crédits ECTS	3 C	Volume horaire	24 h
Coordonnées des responsables et des intervenants dans l'UE	<b>Isabelle HUBINON</b> ( <a href="mailto:isabelle.hubinon@helha.be">isabelle.hubinon@helha.be</a> ) <b>Patrick PIRLOT</b> ( <a href="mailto:patrick.pirlot@helha.be">patrick.pirlot@helha.be</a> )		
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

Dans cette AA, les étudiants vont réaliser des campagnes publicitaires tous médias confondus (360°) de la conception à la réalisation finale en tenant compte de ce qui est vu aussi graphiquement dans les AA typographie et PLV

### 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

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

1.2.1 S'adapter au fonctionnement de l'entreprise et en particulier travailler en équipe et s'intégrer à la chaîne de production

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"

2.2.3 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 techniques 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...

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
- 3.2.4 Améliorer le book en fonction des dernières évolutions créatives et technologiques

### **Acquis d'apprentissage visés**

Au terme de l'AA, l'étudiant sera capable de :

- réaliser une création personnelle et originale
- rechercher des sources; éveil à la curiosité culturelle artistique (boards)
- Savoir présenter un travail soigné
- Savoir respecter un délai
- Appliquer ses connaissances graphiques dans les médias traditionnels et les nouveaux médias

### **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) :

ARPB2B19P219- PB219 Création graphique publicitaire 4 24h / 3 C

Cette activité d'apprentissage comprend les parties suivantes :

Création graphique publicitaire 4 24 h

### **Contenu**

- Explications de A à Z des étapes de la conception et la réalisation d'une campagne publicitaire
- Briefings professionnels d'agence expliqués en classe à l'aide d'exemples
- Recherche d'insights, de concepts
- Réalisation finale et direction artistique
- présentation des projets

### **Démarches d'apprentissage**

- Recherche d'idées créatives pour des produits et des services
- Choix de la nature de l'image, de l'ambiance, du décor, de l'univers esthétique, de la composition, de la typographie, de la hiérarchie des informations...
- Déclinaison des campagnes dans tous les médias (360°)

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

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

Evaluation et redirection à chaque étape du briefing.

### **Ouvrages de référence**

Les étudiants recherchent des sources d'inspiration sur le web, en bibliothèque...

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 ou une idée partiellement ou dans son entièreté sous peine d'annulation du travail de l'étudiant.

### **Supports**

Cannes Lions et autres festivals créatifs nationaux et internationaux.

## **4. Modalités d'évaluation**

## Principe

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 :

- originalité et pertinence des idées
- respect du brief
- soin, présentation et direction artistique
- aspect novateur dans le choix des médias

## Pondérations

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

## Dispositions complémentaires

- Pour le Q3, la note du travail journalier est acquise et ne bouge pas, l'étudiant représente 40% des points.

- La présence au cours est obligatoire.

.Pendant le quadrimestre, le non respect des dates de remise entraînera un zéro.

Tout travail non remis sur connected = zéro.

Tout plagiat = zéro

En cas de CM, l'étudiant devra se remettre en ordre et rendre son travail le premier jour de son retour à l'école.

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 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).