

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

PB109 Création publicitaire 2			
Code	ARPB1B09P109	Caractère	Obligatoire
Bloc	1B	Quadrimestre(s)	Q2
Crédits ECTS	5 C	Volume horaire	48 h
Coordonnées des responsables et des intervenants dans l'UE	Jean-François DELVIN (jean-francois.delvin@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

1.1.5 Acquérir et développer son esprit critique

1.1.6 Défendre son travail par une argumentation adéquate, pertinente

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

2.1.2 Avoir un regard critique sur les rapports entre l'art et la société dans leur contexte historique, social, culturel et intellectuel

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
- 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

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) :

ARPB1B09P109A Création publicitaire 2

48 h / 5 C

Contenu

- Théorie du graphisme, de la composition, de la communication visuelle
- Travail de l'image / travail de la mise en page / travail de technique créative et de recherche au service de la communication sur divers sujets.
- 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 a accès à un blog où il compilera ses inspirations et recherches (moodboard) et ses notes graphiques concernant les visites organisées.

- 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.

Sources et références

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.
- Recherches sur internet

Supports en ligne

Les supports en ligne et indispensables pour acquérir les compétences requises sont :

Bibliothèque, internet, 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.

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
- 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 ainsi que des travaux finalisés

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.

- 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	Trv	
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 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 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 2021-2022).