

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

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	Isabelle HUBINON (isabelle.hubinon@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

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) :

ARPB2B19P219A Création graphique publicitaire 4

24 h / 3 C

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°)
- Travaux pratiques permettant une collaboration avec différentes unités d'apprentissage.

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.

Sources et références

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 en ligne

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

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
- L'orthographe et la syntaxe sont primordiales pour cette activité d'apprentissage.
Tout travail peut donc être refusé et sanctionné par un zéro pour défaillance."

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 le support demandé = 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 2022-2023).