

# Bachelier en Publicité option : médias contemporains

<b>HELHa Campus Mons</b> 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

PB221 Typographie 4			
Ancien Code	ARPB2B21P221	Caractère	Obligatoire
Nouveau Code	XOPB2210		
Bloc	2B	Quadrimestre(s)	Q2
Crédits ECTS	2 C	Volume horaire	24 h
Coordonnées des responsables et des intervenants dans l'UE	<b>Christophe BROOTCORNE</b> (christophe.brootcorne@helha.be)		
Coefficient de pondération	20		
Cycle et niveau du Cadre Francophone de Certification	bachelier / niveau 6 du CFC		
Langue d'enseignement et d'évaluation	Français		

## 2. Présentation

### Introduction

- Cette unité d'enseignement s'inscrit dans le développement didactique et pédagogique du baccalauréat en Publicité, elle explore l'étude approfondie des besoins d'une entreprise pour la création d'une identité visuelle. Les étudiants analyseront le marché et la concurrence, élaboreront un cahier des charges précis, et utiliseront ces informations pour concevoir une identité visuelle cohérente. Ils développeront une charte graphique intégrant des éléments typographiques adaptés aux exigences de l'entreprise, garantissant une communication visuelle efficace et harmonieuse.

### 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

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

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

1.2.5 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

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...

Sous Compétence 3.2 Analyser et résoudre des situations professionnelles dans le domaine de la publicité

- 3.2.2 Choisir les médias et les supports les plus appropriés pour véhiculer un message en fonction de la cible concernée

### Acquis d'apprentissage visés

Au terme de cette activité d'apprentissage, l'étudiant sera capable :

- Analyser les besoins d'une entreprise : Réaliser une étude approfondie du marché et de la concurrence pour comprendre les exigences spécifiques d'une entreprise.
- Élaborer un cahier des charges : Concevoir un document détaillé qui définit les objectifs, les contraintes et les attentes pour la création de l'identité visuelle.
- Développer une identité visuelle : Créer des éléments visuels adaptés, incluant la typographie, pour refléter les valeurs et le positionnement de l'entreprise.
- Élaborer une charte graphique : Concevoir une charte graphique complète qui inclut les directives typographiques, les couleurs, et les éléments de design pour assurer une cohérence visuelle.
- Adapter la typographie à la marque : Sélectionner et appliquer des polices et des styles typographiques en fonction des besoins et de l'image de marque de l'entreprise.
- Assurer la cohérence visuelle : Mettre en œuvre les éléments de la charte graphique de manière uniforme sur divers supports de communication.

### 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) :

ARPB2B21P221A Typographie 4

24 h / 2 C

### Contenu

Analyse de marché et de la concurrence :

- Activité : Recherche et analyse des entreprises concurrentes et des tendances du marché pour identifier les besoins spécifiques.
- Objectif : Comprendre le contexte dans lequel l'identité visuelle sera développée.

Élaboration du cahier des charges :

- Activité : Rédaction d'un cahier des charges détaillé en se basant sur les besoins identifiés et les objectifs de l'entreprise.
- Objectif : Définir les exigences et les contraintes pour guider la création de l'identité visuelle.

Conception de l'identité visuelle :

- Activité : Création de logos, choix de typographies, et développement d'éléments visuels en accord avec le cahier des charges.
- Objectif : Développer une identité visuelle cohérente qui reflète les valeurs et la stratégie de l'entreprise.

Développement de la charte graphique :

- Activité : Élaboration d'une charte graphique complète, incluant des directives typographiques, des palettes de couleurs, et des règles d'application.
- Objectif : Assurer une utilisation uniforme et cohérente de l'identité visuelle à travers divers supports.

Présentation et révision :

- Activité : Présentation des projets devant la classe pour recevoir des critiques constructives et ajuster les éléments de la charte graphique en fonction des retours.
- Objectif : Affiner les créations et garantir leur adéquation avec les attentes de l'entreprise.

### Démarches d'apprentissage

Analyse et recherche :

- Démarche : Effectuer une analyse approfondie du marché et de la concurrence pour identifier les besoins spécifiques de l'entreprise.
- Objectif : Acquérir une compréhension contextuelle qui informera la conception de l'identité visuelle.

Élaboration du cahier des charges :

- Démarche : Rédiger un cahier des charges détaillé en collaboration avec l'entreprise ou en se basant sur des cas fictifs.
- Objectif : Définir clairement les objectifs, les exigences, et les contraintes pour guider la création de l'identité visuelle.

Conception créative :

- Démarche : Développer des concepts visuels incluant le logo, la typographie, et les éléments graphiques conformément au cahier des charges.
- Objectif : Créer une identité visuelle cohérente et adaptée aux besoins de l'entreprise.

Développement de la charte graphique :

- Démarche : Élaborer une charte graphique détaillée qui inclut des directives sur la typographie, les couleurs, et l'application des éléments visuels.
- Objectif : Assurer une utilisation uniforme et professionnelle de l'identité visuelle à travers différents supports.

Critique et révision :

- Démarche : Présenter les projets à la classe et recevoir des retours critiques pour améliorer les créations.
- Objectif : Affiner les concepts en fonction des critiques pour garantir leur qualité et leur pertinence.

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

Supports pédagogiques :

- Fourniture de guides pratiques et de ressources en ligne sur l'analyse de marché, la rédaction de cahiers des charges, et la création de chartes graphiques.

Feedback régulier :

- Réalisation de critiques constructives tout au long du processus de création pour aider les étudiants à affiner leur travail et améliorer leur compréhension des exigences.

Ressources en ligne :

- Accès à des forums, des tutoriels en ligne, et des communautés professionnelles pour obtenir des conseils supplémentaires et partager des expériences.

Assistance technique :

- Support pour résoudre les problèmes techniques rencontrés lors de la création des éléments visuels et la mise en place de la charte graphique.

## **Sources et références**

Étude de marché et analyse de la concurrence :

- "The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses" par Eric Ries (pour comprendre les principes de l'analyse de marché et de la définition des besoins)

Élaboration du cahier des charges :

- "The Business of Design: Balancing Creativity and Profitability" par Keith Granet (guide sur la gestion de projet et l'élaboration de documents de spécifications)

Conception de l'identité visuelle :

- Smashing Magazine (Articles et ressources sur le design de l'identité visuelle et la création de chartes graphiques)

Développement de la charte graphique :

- "Logo Design Love: A Guide to Creating Iconic Brand Identities" par David Airey (guide pratique sur la création de logos et le développement d'une identité visuelle cohérente)
- Canva's Brand Kit (ressources pour comprendre et créer des chartes graphiques efficaces)
- 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.
- Typo l'essentiel, T. Seddon. Typographie, Ambrose & Haris.
- Le graphisme en textes, Armstrong.
- Guide pratique de choix typographique, Rault.
- Logos et identité visuelle, Healey.
- Mises en page(s), etc. Gautier.
- Comprendre la typographie, Lupton.

Critique et révision :

- Adobe Color Wheel (outil pour choisir des palettes de couleurs harmonieuses, utile pour les révisions de la charte graphique)

Ressources en ligne et communautés :

- Dribbble (plateforme pour découvrir des projets de design graphique et obtenir de l'inspiration)
- Behance (communauté pour partager des projets et obtenir des critiques constructives de la part de professionnels du design)

## Supports en ligne

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

- Labos informatiques équipés : rétroprojecteur, connexions Wi-Fi ou Ethernet
- Chaque étudiant doit être équipé de son ordinateur et des logiciels requis (Creative Suite, navigateurs, etc.).
- Syllabus (PDF)
- Fiches techniques (PDF), boîte à outils en ligne, etc.

## 4. Modalités d'évaluation

### Principe

Il s'agit d'un cours à évaluation continue :

- Les exercices sont travaillés en classe et évalués au fur et à mesure de leur réalisation jusqu'à la remise d'un document final qui est noté, l'ensemble de ces travaux représentent 60% de la moyenne finale de l'UE.
- Un travail de synthèse est demandé en fin de session et évalué à raison de 40% du total des points.

### Pondérations

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

Evc = Évaluation continue, Trv = Travaux

### Dispositions complémentaires

- La présence aux cours est obligatoire.
- Pour être admis au cours, l'étudiant doit disposer de son propre ordinateur, équipé des logiciels requis.
- Le non respect des dates de remise entraînera un retrait de 3 points sur 20 par jour de retard.
- L'orthographe et la syntaxe sont primordiales pour toute activité d'apprentissage, un travail peut donc être refusé et sanctionné par un zéro pour défaillance.
- Les travaux non présentés au cours pour évaluation continue ne seront plus commentés après la remise.
- La section pratique l'arrondi mathématique pour l'évaluation.
- Pendant les sessions, tout étudiant(e) retardataire sera envoyé à la Direction.
- En raison de circonstances particulières, certains cours pourraient être donnés en distanciel.

- L'utilisation de l'intelligence artificielle générative (IA) est autorisée dans le cadre du cours sous les conditions suivantes :
  - L'IA générative ne peut pas être utilisée pour plagier ou copier du contenu existant.
  - Dans un souci d'intégrité intellectuelle, tout contenu généré par l'IA doit être mentionné comme tel, l'outil utilisé doit être précisé.
  - Si l'IA intervient dans un projet d'équipe, il convient de s'assurer que tous ses membres en sont informés.
  - Dans le but d'une évaluation équitable et pour éviter les sanctions, l'enseignant concerné doit être informé du recours à l'IA.
  - En conclusion, nous considérons l'IA générative comme un atout pour l'efficacité créative, à la condition d'une utilisation responsable, dans le respect des règles d'éthique et de transparence. N'hésitez pas à en discuter avec l'enseignant.

#### 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 66 du règlement général des études 2024-2025).