

Option
Publicité

Cours
Atelier Image
(Image de marque)

Enseignant(s)
Denis Scieur
Anne Lemaire

Année
BAC 1

Crédits ECTS
5

Volume horaire
60h

Périodicité
Annuelle

Code
41Q2

**Unité
d'enseignement**
UE1

Langue (s)
Français

Prérequis
Néant

Corequis
Voir détail ci-après

Corequis : Pour accéder à la deuxième année, l'étudiant(e) devra également avoir obtenu la moyenne dans les cours de concept et de typographie.

Acquis d'apprentissage spécifiques :

- Au terme de l'année académique, l'étudiant(e) comprendra les règles élémentaires de composition d'une image et sera capable d'appliquer ces mécaniques de construction à une nouvelle composition.
- Au terme de l'année académique, l'étudiant(e) sera capable de recomposer une image et d'en reproduire le sentiment sur base d'une étude formelle et chromatique.
- Au terme de l'année académique, l'étudiant(e) comprendra les règles élémentaires de composition d'une mise en page et sera capable de les appliquer à une nouvelle composition.
- Au terme de l'année académique, l'étudiant(e) prendra en charge la conceptualisation et la réalisation graphique d'une affiche en respectant les contraintes liées à sa fonction et en appliquant les principes fondamentaux de composition (hiérarchie de lecture de l'information) inhérents à ce support de communication.
- Au terme de l'année académique, l'étudiant déclinera l'univers (graphique et conceptuel) d'une image sur les canevas graphiques imposés par différents médias.
- Au terme de l'année académique, l'étudiant aura compris les règles élémentaires du Branding (Image de marque) et sera capable de les appliquer à travers la création d'un produit, de son univers de marque et l'élaboration d'une stratégie de lancement simple.
- Au terme de l'année académique, l'étudiant sera capable de présenter ses projets de manière claire, qualitative et utilisera à ces fins les programmes graphiques appropriés.

Activités d'apprentissage :

L'atelier *Image* cherche avant tout à développer la sensibilité graphique de l'étudiant à travers différentes approches et différents types d'applications. Nous y aborderons les règles générales de la composition d'une image et d'une mise en page à travers des exercices précis. Ces exercices permettront également aux étudiants d'intégrer les compétences développées aux cours de *Typographie*, de *Dessin* et de *Photo/Photoshop*.

L'atelier *Image* offre également aux étudiants la possibilité de découvrir ou améliorer leur maîtrise du programme *Indesign*. Cette formation sera proposée par Mme Anne Lemaire (1h/semaine – par alternance de groupes) et permettra aux étudiants d'aborder la mise en image de leurs projets de manière professionnelle.

Programme d'apprentissage :

Seront abordés :

- Lecture et analyse conceptuelle d'une image ou d'une mise en page ;
- Approche des rapports de formes et notions d'équilibre dans la composition (formes, masses, couleurs, dynamique);
- Les principes de composition liés aux différents types de supports (print et digitaux) ;
- Principes fondamentaux du Branding et de ses domaines d'application ;
- Le Branding comme outil de management des marques ;
- Réflexion stratégique liée au positionnement de marque ;
- Atelier d'initiation à Indesign (en collaboration avec le professeur d'Infographie) afin de faciliter la mise en place de leurs projets.

Méthodes d'enseignement et d'apprentissage :

Succession d'exercices de composition et de réflexion stratégique (image de marque, choix médias, etc.). Nous aborderons les différentes problématiques à travers une analyse des erreurs relevées dans les exercices proposés. Le niveau de difficulté évoluera au fur et à mesure des sujets abordés.

La méthode de travail est basée sur approche pratique - l'étudiant propose une solution à la problématique donnée, puis répare ses erreurs suite à la correction.

Modalités d'évaluation :

Les corrections se font en priorité de façon individuelle afin de guider au mieux chacun des étudiants. En cours de projet, certaines corrections collégiales peuvent être mises en place lorsque les difficultés rencontrées sont collectives. L'évaluation se fait de manière continue et est donnée en classe. Elle tient compte des éléments suivants :

- évolution du travail (d'une correction à la suivante)
- assiduité et investissement dans le projet
- créativité du travail proposé
- qualité de présentation des projets.

L'ensemble des travaux est réévalué lors du jury de fin de session.

Modalités d'évaluation à distance :

Les corrections pourront être menées à distance via les canaux digitaux appropriés (mail, video call, réseaux sociaux). L'étudiant fera parvenir son travail au professeur de manière hebdomadaire sur base d'un calendrier reprenant les dates de corrections et les échéances

d'évaluations. Tout manquement à cet accord sera considéré comme une absence au cours et aura une répercussion sur la note attribuée à l'étudiant pour son année.

Les épreuves (jurys) de janvier et de juin pourront, si la situation l'exige, être réalisées à distance. L'étudiant sera invité à envoyer son travail aux membres du jury qui procèderont ensuite à une évaluation de l'ensemble des travaux proposés et détermineront la note globale attribuée à l'étudiant.

Pour que la participation de l'étudiant au jury soit validée, chaque membre devra avoir reçu l'ensemble des fichiers, correctement només, à une date et heure précises. Les dates de jurys, l'ordre de passage éventuel ainsi que les heures de clôture des envois auront préalablement été communiqués aux étudiants (15 jours calendrier avant la date de l'épreuve).

Les fichiers envoyés devront respecter certaines contraintes techniques détaillées dans l'envoi reprenant les modalités de participation à l'épreuve. Tout manquement à cet accord sera considéré comme une absence au jury (épreuve non présentée). Si le travail envoyé est incomplet ou ne respecte pas les contraintes imposées, la note de 25% sera automatiquement attribuée à l'étudiant.

La note attribuée à l'étudiant par le jury lui sera communiquée via son adresse mail officielle (*nom de l'étudiant@saintluctournai.be*). Il aura également la possibilité de contacter ses professeurs suite à l'épreuve afin d'obtenir plus de précisions sur les éléments ayant motivé sa note. Les modalités liées à cet échange avec les professeurs seront également reprises dans la note de procédure envoyée aux étudiants en prévision de l'épreuve.

Pourcentage des évaluations par rapport au total des points de l'année :

Jury de janvier 25%

Jury de juin 25%

Année 50% (25% pour le Q1 et 25% pour le Q2)

Option
Publicité

Cours
Atelier Packaging

Enseignant(s)
Denis Scieur

Année
BAC 1

Crédits ECTS
5

Volume horaire
30h

Périodicité
Annuelle

Code
41Q1

Unité d'enseignement
UE 1

Langue (s)
Français

Prérequis
Néant

Corequis
Voir détail ci-après

Corequis : Pour accéder à la deuxième année, l'étudiant(e) devra également avoir obtenu la moyenne dans les cours de Concept et de Logo.

Acquis d'apprentissage spécifique

Au terme de l'année académique, l'étudiant comprendra les impératifs techniques, ergonomiques et environnementaux liés à la création d'un packaging en fonction des objectifs d'une marque et des contraintes liées à son produit.

Au terme de l'année académique, l'étudiant réalisera, sur base d'un briefing réaliste, une étude formelle, ergonomique et technique répondant aux impératifs d'une marque, de son produit et des attentes de sa cible.

Au terme de l'année académique, l'étudiant réalisera, sur base d'un briefing réaliste, une étude conceptuelle et graphique en cohérence avec l'univers d'une marque, de son produit et des caractéristiques de sa cible.

Au terme de l'année académique, l'étudiant conceptualisera et réalisera, sur base d'un briefing réaliste, une gamme complète liée à un nouveau produit.

Au terme de l'année académique, l'étudiant sera capable de décliner l'univers (conceptuel et graphique) d'un produit sur différents supports de promotion et de conceptualiser des actions de communication sur un lieu de vente dans le cadre du lancement d'un produit.

Activités d'apprentissage

L'atelier *Packaging* permettra à l'étudiant(e) de se familiariser avec l'univers du packaging ; ses objectifs, ses contraintes, son évolution, son environnement. Il permettra à l'étudiant(e) de se confronter à une approche volumétrique du graphisme en tenant compte d'un minimum de contraintes liées à la fonction du support abordé (échantillons, produits dérivés). Sur base de ces acquis, l'étudiant(e) apprendra à décliner un concept de communication en support promotionnel, packaging produit et support d'emballage. Ces exercices permettront également aux étudiants d'intégrer les compétences développées aux cours de *Concept*, de *Logo* et de *Rough*.

Programme d'apprentissage :

Seront abordés :

Les notions élémentaires liées au Packaging (impératifs techniques, approche marketing, ergonomie, contraintes d'espace & d'environnement) ;

L'étudiant abordera ensuite le packaging à travers une succession d'exercices simples :

- Approche graphique et formelle
- Approche promotionnelle / Concevoir et réalisation d'un objet promotionnel simple. Cet exercice sera mis en place en continuité de l'exercice de style demandé dans le cadre de l'atelier image.
- Approche transversale / Création de l'identité graphique d'un produit sur base d'un briefing réaliste. Dans un second temps, il s'agira de

concevoir son packaging sur base de l'identité graphique développée par l'étudiant et de certaines contraintes imposées.

Méthodes d'enseignements et d'apprentissages

Succession d'exercices intégrant la réflexion conceptuelle, la composition graphique et l'approche volumétrique.

La méthode de travail est basée sur approche pratique - l'étudiant propose une solution à la problématique donnée, puis répare ses erreurs suite à la correction.

Modalités d'évaluation

En début de projet, les corrections se font en priorité de façon individuelle afin de guider au mieux chacun des étudiants. En cours de projet, certaines corrections collégiales peuvent être mises en place l'Osque les difficultés rencontrées sont collectives. L'évaluation se fait de manière continue et est donnée en classe. Elle tient compte des éléments suivants :

- Évolution du travail (d'une correction à la suivante)
- Assiduité et investissement dans le projet
- Créativité du travail proposé
- Qualité de présentation des projets.

L'ensemble des travaux est réévalué lors du jury de fin de session.

Modalités d'évaluation à distance

Les corrections pourront être menées à distance via les canaux digitaux appropriés (mail, vidéo call, réseaux sociaux). L'étudiant fera parvenir son travail au professeur de manière hebdomadaire sur base d'un calendrier reprenant les dates de corrections et les échéances d'évaluations. Tout manquement à cet accord sera considéré comme une absence au cours et aura une répercussion sur la note attribuée à l'étudiant pour son année.

Les épreuves (jurys) de janvier et de juin pourront, si la situation l'exige, être réalisées à distance. L'étudiant sera invité à envoyer son travail aux membres du jury qui procéderont ensuite à une évaluation de l'ensemble des travaux proposés et détermineront la note globale attribuée à l'étudiant.

Pour que la participation de l'étudiant au jury soit validée, chaque membre devra avoir reçu l'ensemble des fichiers, correctement nommés, à une date et heure précises. Les dates de jurys, l'ordre de passage éventuel ainsi que les heures de clôture des envois auront préalablement été communiqués aux étudiants (15 jours calendrier avant la date de l'épreuve).

Les fichiers envoyés devront respecter certaines contraintes techniques détaillées dans l'envoi reprenant les modalités de participation à l'épreuve. Tout manquement à cet accord sera considéré comme une absence au jury (épreuve non présentée). Si le travail envoyé est incomplet ou ne respecte

pas les contraintes imposées, la note de 25% sera automatiquement attribuée à l'étudiant.

La note attribuée à l'étudiant par le jury lui sera communiquée via son adresse mail officielle (nom de l'étudiant@saintluctournai.be). Il aura également la possibilité de contacter ses professeurs suite à l'épreuve afin d'obtenir plus de précisions sur les éléments ayant motivé sa note. Les modalités liées à cet échange avec les professeurs seront également reprises dans la note de procédure envoyée aux étudiants en prévision de l'épreuve.

Pourcentage des évaluations par rapport au total des points de l'année :

- Jury de janvier 25%
- Jury de juin 25%
- Année 50% (25% pour le Q1 et 25% pour le Q2)

Option
Publicité

Cours
Photoshop

Enseignant(s)
Barthélémy Decobecq

Année
BAC 1

Crédits ECTS
4

Volume horaire
45h

Périodicité
Annuelle

Code
41S

Unité d'enseignement
UE 1

Langue (s)
Français

Prérequis
Néant

Corequis
Néant

Acquis d'apprentissage spécifique

L'étudiant :

- Maîtrisera les différentes fonctions de Photoshop
- Construira un photomontage cohérent avec une thématique donnée.
- Gèrera les différentes étapes de retouches d'une photographie
- Optimisera ses fichiers pour l'impression.

Activités d'apprentissage

- Découverte de l'appareil photographique en studio et démonstrations des diverses possibilités avec l'élève
- Prise de vue à l'extérieur selon un thème donné.
- Réalisation en studio d'images pour les différents cours de créativité

Méthodes d'enseignements et d'apprentissages

- Sujets basés sur des problématiques et des contraintes réelles.
- Analyse collégiale des photomontages réalisés par les étudiants.

Modalités d'évaluation

- Évaluation permanente en classe au travers de la production, de l'assiduité et de l'investissement personnel.
- Capacité à situer son travail (quelles intentions, quelles références...).
- Interprétations des corrections.
- Si les circonstances l'exigent, les cours d'ateliers et corrections pourront être menés à distance via les canaux digitaux appropriés (e-mail, Messenger, appel vidéo /audio, réseaux sociaux).
- L'étudiant fera parvenir son travail au professeur de manière hebdomadaire en respectant les horaires initiaux fixés dans la grille de cours. Tout manquement à cet accord sera considéré comme une absence au cours et aura une répercussion sur la note attribuée à l'étudiant pour son année.
- Les corrections et remarques relatifs aux travaux envoyés par l'étudiant lui parviendront par les voies citées ci-dessus pendant le cours, où, le cas échéant, dans les meilleurs délais.
- Les épreuves (jurys) de janvier et de juin pourront, si la situation l'exige, être réalisées à distance. L'étudiant sera invité à envoyer son travail aux membres du jury qui procéderont ensuite à une évaluation de l'ensemble des travaux proposés et détermineront la note globale attribuée à l'étudiant.

Option
Publicité

Cours
Photographie

Enseignant(s)
Barthélémy Decobecq

Année
BAC 1

Crédits ECTS
4

Volume horaire
90h

Périodicité
Annuelle

Code
41S

Unité d'enseignement
UE 1

Langue (s)
Français

Prérequis
/

Corequis
/

Acquis d'apprentissage spécifique

L'étudiant :

- Maîtrisera les différentes fonctions de l'appareil photo
- Construera un projet photographique cohérent avec une thématique donnée.
- Gèrera les différentes étapes du « Workflow » d'une image numérique, de la prise de vue (conditions de lumières, cadres, compositions) au traitement
- En faisant preuve d'autocritique, sélectionnera les meilleures photographies en vue d'un accrochage.

Activités d'apprentissage

- Analyse et correction de photographies réalisées à l'extérieur.
- Retouches sur Photoshop des photographies sélectionnées.
- Analyse de photographie (sujet, composition, lumière, etc.)
- Analyse en groupe des photographies réalisées par les étudiants.

Méthodes d'enseignements et d'apprentissages

- Sujets basés sur des problématiques et des contraintes réelles.
- Analyse collégiale des photomontages réalisés par les étudiants.

Modalités d'évaluation

- Évaluation permanente en classe au travers de la production, de l'assiduité et de l'investissement personnel.
- Capacité à situer son travail (quelles intentions, quelles références...).
- Interprétations des corrections.
- Si les circonstances l'exigent, les cours d'ateliers et corrections pourront être menés à distance via les canaux digitaux appropriés (e-mail, Messenger, appel vidéo /audio, réseaux sociaux).
- L'étudiant fera parvenir son travail au professeur de manière hebdomadaire en respectant les horaires initiaux fixés dans la grille de cours. Tout manquement à cet accord sera considéré comme une absence au cours et aura une répercussion sur la note attribuée à l'étudiant pour son année.
- Les corrections et remarques relatifs aux travaux envoyés par l'étudiant lui parviendront par les voies citées ci-dessus pendant le cours, où, le cas échéant, dans les meilleurs délais.
- Les épreuves (jury) de janvier et de juin pourront, si la situation l'exige, être réalisées à distance. L'étudiant sera invité à envoyer son travail aux membres du jury qui procéderont ensuite à une évaluation de l'ensemble des travaux proposés et détermineront la note globale attribuée à l'étudiant.

Option
Publicité

Cours
Concept

Enseignant(s)
Benoît Menetret

Année
BAC 1

Crédits ECTS
5

Volume horaire
60h

Périodicité
Annuelle

Code
41D

Unité d'enseignement
UE 1

Langue (s)
Français

Prérequis
/

Corequis
/

Acquis d'apprentissage spécifique

- Au terme de son année, l'élève est familiarisé avec les fonctionnements de base de la communication publicitaire "print" (visuel-headline-baseline, rapport texte/image, etc.). Les médias digitaux sont abordés.
- Il est capable de communiquer différents types de messages dans divers médias, en respectant les contraintes du briefing : promesse, cible, support.
- Il propose plusieurs pistes conceptuelles pour un même briefing.
- Il élabore un rough qui présente son idée de façon compréhensible et est capable de finaliser son projet sous forme de maquette poussée.
- Il appliquera au maximum les règles de mise en page et de hiérarchie typographique.

Activités d'apprentissage

- L'apprentissage se fait de manière progressive au long de l'année.
- Dans un premier temps, l'étudiant apprend à développer sa créativité et doit répondre à de multiples exercices de recherche d'idées originales.
- Dans un deuxième temps, il aborde la création d'annonces presse (isolées ou sous forme de campagne), d'affiches ou de banners web, sur base de briefings simples, pour des produits de consommation courante ou sur des sujets d'intérêt collectif.
- L'élève travaille en appliquant au maximum la matière et les techniques acquises dans les autres cours (image, typographie, photographie...)
- Les élèves étudient les spécificités des principaux médias et leurs implications sur la création.

Méthodes d'enseignements et d'apprentissages

- Exercices de conception et de réalisations publicitaires en atelier.
- Étude d'exemples concrets, en lien direct avec les exercices en cours.
- Analyse individuelle ou en groupe des créations, sélection et amélioration des idées, corrections individuelles.

Modalités d'évaluation

- L'étudiant est évalué en fonction de la pertinence de ses travaux, de sa créativité, son assiduité, son investissement et son évolution personnelle.
- L'évaluation est continue pendant les cours et les corrections.
- Un bilan est effectué lors des évaluations de décembre et de juin.

Option
Publicité

Cours
Dessin
Rough

Enseignant(s)
Jean-François Damas

Année
BAC1

Crédits ECTS
5

Volume horaire
3h/semaine

Périodicité
Annuelle

Code
DD41

Unité d'enseignement
UE 1

Langue (s)
Français

Prérequis
/

Corequis
/

Acquis d'apprentissage spécifique

A la fin de son année scolaire, l'étudiant maîtrisera les bases de la technique du feutre afin de pouvoir traduire sommairement en dessin un concept. Il construira ses visuels en respectant les proportions, la perspective et le fonctionnement de l'image. Son visuel sera lisible, clair et précis.

Activités d'apprentissage

Durant l'année, l'étudiant aura des cours portant sur la perspective, la découverte de l'outil et ses possibilités d'utilisations et l'application de ses techniques.

Méthodes d'enseignements et d'apprentissages

Grâce aux exercices répétitifs jusqu'à l'excellence et évolutifs, l'étudiant se familiarisera avec les techniques lay-out et pourra ainsi en maîtriser les bases. Le cours débute par un problème théorique résolu durant le cours. Des exercices pratiques sont organisés sur bases d'exemples illustrant le problème théorique

Modalités d'évaluation

Chaque étudiant est évalué durant le cours sur son travail. Il est corrigé sur l'instant et il peut donc connaître à tout moment ses défauts, ses qualités et son évolution personnelle.

Option
Publicité

Cours
Moyens d'expression
Dessin

Enseignant(s)
Miguel Decampos

Année
BAC 1

Crédits ECTS
4

Volume horaire
45h

Périodicité
Annuelle

Code
DC41

Unité d'enseignement
UE 2

Langue (s)
Français

Prérequis
/

Corequis
/

Acquis d'apprentissage spécifique

- Sensibiliser l'élève aux différentes formes d'écritures liées au dessin
- Exercer son geste et affirmer son trait
- Expérimenter l'usage de différents matériaux et supports
- Informer et explorer différents procédés techniques : les matériaux, les outils et la manière de faire
- S'ouvrir à la diversité des moyens dans l'expression artistique
- Acquérir un esprit de découverte dans l'expérimentation
- Développer le sens de l'observation dans le but de l'exprimer par le dessin
- Traduire une idée, une intention par le dessin
- Permettre à l'élève de développer certaines écritures afin de les
- Exploiter dans d'autres cours.

Activités d'apprentissage

Dessin

- Formes : gestuel, aveugle, mesuré, dynamique, ...
- Écritures : trait, contour, plein/délié, aplat, ...
- Techniques : crayon, feutre, Bic, pinceau, plume, végétaux...
- Sujets : modèle vivant scénographié et accessoirisé

Méthodes d'enseignements et d'apprentissages

- Explication collective
- Analyse individuelle et collective

Modalités d'évaluation

Durant l'année scolaire, l'élève réalise ses travaux de dessin dans un format et une technique préalablement définie. Toutes les 2 semaines, il doit répondre à un exercice différent.

Evaluation individuelle : Après la présentation collective de l'exercice, une analyse est effectuée individuellement (commentaires, orientation sur la manière de faire, appréciation de l'écriture,)

Evaluation collective : A la fin de la séance, je procède à une évaluation collective (sélection des "meilleurs travaux", questions, commentaires, critiques, analyses, ...)

Rythme des cotations : Deux fois par an c-à-d avant chaque période de jury, l'ensemble des dessins est présenté. Les dessins sont appréciés selon les critères suivants :

- Évolution du dessin
- Qualité du dessin
- Respect du sujet demandé
- Diversité dans l'écriture
- Sensibilité dans l'écriture
- Application des techniques souhaitées

Option
Publicité

Cours
Storyboard

Enseignant(s)
Jean-François Damas
Bruno Boulanger

Année
BAC 1

Crédits ECTS
5

Volume horaire
1,5 h/semaine

Périodicité
Annuelle

Code
SB41

Unité d'enseignement
UE 3

Langue (s)
Français

Prérequis
/

Corequis
Dessin rough

Acquis d'apprentissage spécifique

Au terme de l'année académique, l'étudiant maîtrisera les techniques narratives de base du spot télé et du spot cinéma, aussi bien sous la forme d'un synopsis simple que d'un découpage scénaristique complexe

Activités d'apprentissage

- Structure d'un storyboard et utilité des éléments constitutifs.
- Construction d'un scénario et découpage scénaristique.
- Ecriture d'un synopsis et d'une argumentation de présentation simple.
- Découverte des mouvements de caméra, cadrages et rythmiques narratives.
- Vocabulaire professionnel et analyse de spots et scénarios existants.
- Développement de la culture cinématographique et télévisuelle.

Méthodes d'enseignements et d'apprentissages

Succession d'exercices courts sur base de techniques simples de construction scénaristique, tant au niveau visuel que textuel. Chaque exercice est divisé en 2 parties données sur 2 semaines :

1. l'étudiant essaye de comprendre et de trouver une solution à une problématique donnée ;
2. Il corrige ses erreurs.

Modalités d'évaluation

Les corrections se font de façon collégiale, les étudiants sont invités à critiquer de façon constructive leur travail. L'évaluation est continue et donnée en classe. L'ensemble des travaux est réévalué lors du jury de fin de session.

Option
Publicité

Cours
Marketing (Gestion)

Enseignant(s)
Bruno Boulanger

Année
BAC 1

Crédits ECTS
5

Volume horaire
90h

Périodicité
Annuelle

Code
GC41

Unité d'enseignement
UE 3

Langue (s)
Français

Prérequis
/

Corequis
/

Acquis d'apprentissage spécifique

Au terme de l'année académique, l'étudiant sera capable de comprendre les enjeux du marketing et de la publicité pour un annonceur, et d'utiliser de manière adéquate chacune des composantes d'un briefing (mission créative) lors des exercices de conception publicitaire.

Activités d'apprentissage

- Définitions, rôles et influences de la publicité dans notre société.
- Organisation d'une agence de communication, rôles et fonctionnement de ses départements : Gestion, Stratégie, Marketing, Média, Création, Pré-Production, Production, Executive Designer.
- Etapes de la création publicitaire, depuis la compétition jusqu'aux post-tests.
- Les récompenses de la publicité, les concours, les grands publicitaires.
- Composantes d'un briefing, support commercial à la créativité : la marque et son historique, le produit et son positionnement, la cible et ses segmentations, le média et sa planification, la promesse et sa justification.
- Etude de l'annonceur, de la marque, de la notoriété, de l'image de marque, des types de communication, du consommateur, et des supports média.
- Apprentissage de la construction du message : l'axe de communication, le visuel, le texte, la typographie, le packshot, les problématiques de la composition (lisibilité, visibilité, accessibilité et créativité).
- Méthode d'exploration conceptuelle et stratégique : brainstorming, moodboard, point de vue, argumentation, accent ludique et procédé de rhétorique.

Méthodes d'enseignements et d'apprentissages

Cours de théories marketing, en auditoire, largement ponctué d'exemples et de démonstrations afin de parfaire la culture publicitaire (1h30 / Semaine).
Cours de techniques marketing, en groupe, constitué d'une succession d'exercices visant à développer la recherche conceptuelle et à mettre en pratique la matière vue au cours de théories marketing (1h30 / Semaine).

Modalités d'évaluation

L'évaluation des théories marketing se fait lors d'un examen écrit en Janvier (25% des points) et d'un examen oral en Juin (25% des points).

L'évaluation des techniques marketing se fait de façon continue et en classe (à raison de 25% des points par quadrimestre).

En cas de nécessité, le cours des théories marketing pourrait être adapté en distanciel et les examens de janvier et de juin transformés en remise d'un dossier.

Option
Publicité

Cours
Graphic Design

Enseignant(s)
Julien Favier

Année
BAC 1

Crédits ECTS
5

Volume horaire
75h

Périodicité
Annuelle

Code
TL41

Unité d'enseignement
UE 3

Langue (s)
Français

Prérequis
/

Corequis
/

Acquis d'apprentissage spécifique

L'étudiant :

- Comprendra les règles élémentaires de typographie, de composition et de mise en page et sera capable de les mettre en pratique avec style dans ses travaux.
- Sera capable de définir, choisir, composer et hiérarchiser un visuel et une typographie.
- Comprendra les différents mécanismes de conception d'un logo et sera capable de
- Les adapter à ses propres réalisations.
- Sera capable de composer des visuels attractifs, compréhensibles, équilibrés et innovants sur une base typographique en réponse à une demande précise.

Activités d'apprentissage

L'atelier de Graphic Design a pour but de familiariser l'étudiant à la typographie, la mise en page et la composition, à l'aide de différents exercices pour qu'il affirme sa créativité à travers ces outils graphique. Il a également pour but de lui apprendre à synthétiser une idée pour créer un logotype ou un visuel original, signifiant et facilement identifiable.

Seront abordés :

- Les fondamentaux de la typographie
- La synthétisation d'une idée pour créer une image attractive et créative.
- Les méthodes de développement de pistes de recherche variés pour aboutir à une idée originale et porteuse de sens.
- Les méthodes de finalisation et déclinaison pour valoriser un projet.
- L'importance de la mise en page et de la composition dans un visuel, pour maîtriser sa lecture, son équilibre et faciliter sa compréhension.
- Le logotype et ses différents modes de conception
- L'importance d'une réflexion créative pour développer un sujet pertinent.
- La maîtrise des outils et technologies les plus contemporains afin de les mettre au service des idées choisies.

Méthodes d'enseignements et d'apprentissages

Méthode basée sur une approche essentiellement pratique, accompagnée d'une mise au point théorique au fur et à mesure de l'année.

- L'étudiant assimilera les principes fondamentaux de la typographie et du logo en faisant évoluer ses réponses aux sujets par le biais d'exercices hebdomadaires.
- Il sera familiarisé à l'actualité graphique afin d'enrichir sa curiosité envers les nouvelles tendances.
- Il assimilera le processus de conception d'un visuel graphique, de logo et de typographie en travaillant à l'aide d'un cahier de

recherches qui l'amènera à développer l'expérimentation et la richesse de ses propositions.

- Il apprendra à manier les outils appropriés pour finaliser ses projets.
- La communication entre les étudiants sera régulièrement favorisée par le biais de corrections collectives qui développeront leurs sens d'analyses et de critiques.

Modalités d'évaluation

Les corrections se feront en priorité de façon individuelle afin de guider au mieux chacun des étudiants. Régulièrement des corrections collectives seront mises en place afin de permettre à l'étudiant de se situer par rapport au groupe.

L'évaluation se fera de façon continue. L'ensemble des travaux est réévalué lors du jury de fin de session. L'étudiant sera évalué en fonction de la pertinence de ses travaux, de sa créativité, son assiduité, son investissement et son évolution personnelle.

Option
Publicité

Cours
Histoire et actualités des
Arts
Générale

Enseignant(s)
Anne Vandekerkove

Année
BAC 1

Crédits ECTS
3

Volume horaire
45h

Périodicité
Quadrimestrielle

Code
HG41

Unité d'enseignement
UE 4

Langue (s)
Français

Prérequis
/

Corequis
/

Acquis d'apprentissage spécifiques

Au terme du cursus, l'étudiant autonome :

- Répertorie de manière méthodique les composantes formelles d'une œuvre d'art grâce à une observation appuyée
- Décode les procédés utilisés par le créateur pour communiquer sa vision à partir de l'observation analytique de l'œuvre
- Rattache une œuvre à un contexte générique (histoire, société, religion...) et spécifique (courant artistique, carrière de l'artiste...) sur base des indices formels intrinsèques de l'œuvre
- Situe une œuvre dans un cursus chronologique sur base de l'assimilation des courants exposés au cours (évolution/révolution, continuité/rupture)
- Applique à toute réalisation (artistique ou non) les principes de la lecture de l'image grâce à l'expertise née de la fréquentation des œuvres d'art
- Considère la filiation potentielle et/ou avérée entre les arts plastiques au sens large et le champ des expressions pluridisciplinaires, en ce compris son propre travail de création
- Exerce sa mémoire visuelle pour se constituer un répertoire de formes

Activités d'apprentissage

Histoire de l'art, des origines au début du 18^{ème} siècle articulée autour de 4 concepts esthétiques fondamentaux : classicisme, maniérisme, baroque, réalisme.

Méthodes d'enseignements et d'apprentissages

Enseignement à distance basé sur :

- Un référentiel de cours reprenant les contenus/matière (illustrations et commentaires)
A consulter régulièrement pour s'assurer de la compréhension des concepts et construire au fur et à mesure les acquis
- Des liens pour visionner des documentaires en relation avec ces thématiques.
! prendre note des informations pertinentes qui y sont divulguées.

Ces notes personnelles sont susceptibles de servir lors de l'évaluation en janvier. A répertorier, classier, conserver soigneusement donc.

Modalités d'évaluation

À l'issue du 1^{er} quadrimestre se clôture ce cours théorique, l'évaluation se fera dans le cadre d'une session d'examen début janvier.

Epreuve écrite. L'examen en présentiel sera privilégié. Si les circonstances sanitaires s'y opposent, il se fera en distanciel.
QCM en distanciel avec notes de cours.

Option
Publicité

Cours
Histoire et Actualités Des
Arts
Compléments d'Histoire De
l'art et Arts Extra-Européens

Enseignant(s)
Magali Vangilbergen

Année
BAC 1

Crédits ECTS
3

Volume horaire
45h

Périodicité
Quadrimestrielle

Code
HC41

Unité d'enseignement
UE 4B

Langue (s)
Français

Prérequis
/

Corequis
/

Acquis d'apprentissage spécifique

Au terme du cours d'Histoire et actualités des arts – Compléments d'Histoire de l'art et arts extra-européens, l'étudiant :

- Définit les modes de représentation et d'exécution inhérents aux arts premiers
- Identifie la dimension esthétique et fonctionnelle, matérielle et immatérielle des productions issues des arts premiers
- S'interroge sur les éléments qui construisent notre goût et nos pratiques culturelles
- Replace une œuvre dans son contexte historique et géographique de production
- Développe une démarche critique et son sens de l'analyse
- Adopte la terminologie adéquate à la description des œuvres étudiées.

Activités d'apprentissage

Les arts extra-européens :

- Introduction
- Afrique
- Amérique du Nord
- Mésoamérique
- Amérique du Sud
- Océanie
- Asie

Ouverture à l'art contemporain : Conférences JAP (Jeunesse et Arts plastiques), débats, vidéo

Actualité culturelle : en fonction des expositions en cours

Méthodes d'enseignements et d'apprentissages

- Cours magistral sous forme d'exposés qui prennent principalement appui sur des documents iconographiques
- Projection de documentaires analysés et remis dans leurs contextes
- Lectures imposées par le professeur

Modalités d'évaluation

Evaluation sur base d'un examen écrit en juin

Option

Publicité

Cours

Sciences humaines et
sociales
Philosophie

Enseignant(s)

Marc Van Remoortere

Année

BAC 1

Crédits ECTS

3

Volume horaire

45h

Périodicité

Quadrimestrielle

Code

PH41

Unité d'enseignement

UE 5

Langue (s)

Français

Prérequis

/

Corequis

/

Acquis d'apprentissage spécifiques

Au terme du module l'étudiant devrait être à même de mener à bien un travail personnel d'observation sociologique axé sur une population limitée et spécifique choisie par lui-même, suivie régulièrement au long du semestre.

Acquis d'apprentissage

- Séances collectives d'initiation théorique
- Entrevues personnalisées de choix de sujet
- Suivi individuel du déroulement de l'enquête
- Aide à la rédaction du compte-rendu

Méthodes d'enseignement et d'apprentissage

Entretien personnel.
Exposé public devant ses pairs.
Restitution écrite des acquis et perspectives.

Modalités d'évaluation

Appréciation et régularité de l'investissement personnel
Rédaction d'un dossier récapitulatif.

En code vert/jaune/orange : en présentiel.

En code rouge : en distanciel.

Option
Publicité

Cours
Sciences humaines et
sociales
Communication

Enseignante
Dominique Moreau

Année
BAC 1

Crédits ECTS
3

Volume horaire
45h

Périodicité
Quadrimestrielle

Code
CO41

Unité d'enseignement
UE 6

Langue (s)
Français

Prérequis
/

Corequis
/

Acquis d'apprentissage spécifique

L'étudiant(e) :

- Comprend l'évolution des théories de la communication dans leur processus historique de développement ;
- Analyse les rapports/interactions entre images et media ;
- Analyse les procédés argumentaires du marketing impliquant la production d'images ;
- Comprend les impératifs spécifiques à la communication visuelle ;
- Décode les techniques de communication visuelles utilisées en publicité ;
- Classifie les différentes techniques publicitaires ;
- Utilise les termes spécifiques au domaine publicitaire ;
- Connaît les différentes approches de l'individu utilisées par la publicité.
- Observe, décrit, analyse et évalue un concept publicitaire, décliné dans des communications publicitaires.
- Applique les schémas d'analyse critique vus au cours ;
- Exerce son esprit critique.

Activités d'apprentissage

Activité 1 / 21 h. / Acquisition de concepts / activités de formation

- Acquisition des informations relatives au fonctionnement général de l'information et de la communication.
- Acquisition des informations relatives aux différentes techniques de communication.
- Acquisition des termes spécifiques au domaine publicitaire.
- Acquisition des différentes approches de l'individu (le prospect) utilisées par la publicité.

Activité 2 / 24 h. / Études de cas / activités de formation et d'auto-formation

- Visionnement et acquisition par l'observation, la description et l'analyse des différentes techniques publicitaires.
- Acquisition des informations relatives au concept publicitaire et à son contexte marketing et sociétal.
- Études de cas : Visionnage et acquisition par l'observation, la description et l'analyse de différents concepts publicitaires et de leur application dans des productions publicitaires.

Méthodes d'enseignements et d'apprentissages

- Cours magistral et participatif, avec projection de supports multimédias.
- Partage de questions et réflexions : l'étudiant.e est invité.e à contribuer à l'apprentissage de groupe en posant des questions

précises, en pratiquant l'analyse, en commentant et en échangeant des idées.

Modalités d'évaluation

Pondération sur 20 points :

- Épreuve écrite / 15 points
- Présence aux séances de cours / 5 points