

Section : baccalauréat en publicité

Option : agencement de l'espace

Année d'études : 1

Intitulé : Français

Nombre de crédits : 2

Enseignement : Français

Volume (en heures/an) : 30

Cours obligatoire

1. Contenus

- Prérequis :

Pour pouvoir aborder et suivre ce cours, l'étudiant devra faire preuve d'une maîtrise de la langue française appropriée au niveau d'études de première année baccalauréat, aussi bien à l'oral qu'à l'écrit.

- Objectifs du cours :

Développer chez les étudiants :

- un esprit critique concernant leurs pratiques intellectuelles et techniques ;
- les moyens d'aborder de manière réflexive leur processus de création ;
- une plus grande autonomie dans leur évolution personnelle et professionnelle.

Fournir aux étudiants des outils puisés dans une réflexion sémantique transversale et en adéquation avec leur formation (ex. : création de grilles d'analyse et études de spécificités lexicales).

- Compétences attendues en fin de cours :

A la fin du cours, l'étudiant sera capable :

- de maîtriser diverses notions essentielles dans son discours de futur professionnel (ex. : notions de sens, de signification, de concept, de dénotation, de connotation...);
- de mettre en œuvre des grilles d'analyse critique pour des objets de création abstraite et concrète (ex. : critique d'un concept, d'une création, d'un article journalistique ciblé...);
- d'exprimer à l'oral et à l'écrit ses avis critiques par une analyse méthodique et rigoureuse de son objet d'étude.

- Contenus :

- Mots-clés :

Sémantique – sens – mode - sémantique lexicale - orthographe - lexicque - analyse – critique - argumentation

2. Aspects méthodologiques

- Méthodes d'enseignement et d'apprentissage mises en œuvre

L'enseignement proposé sera essentiellement participatif. Des situations problèmes seront suggérées aux étudiants et des méthodes de résolution leur seront apportées pour les résoudre.

- Activités particulières

À tout moment, il sera demandé aux étudiants de tisser des liens avec le cours de français (sémantique) et les autres cours ou tâches à effectuer. En ce sens ce cours leur apportera support et renforcement aux moments appropriés de leur formation.

- Supports pédagogiques

Un syllabus sera fourni (format papier et électronique) en début de cours, suivi d'un dossier comprenant des documents spécifiques à leur formation particulière.

Ce syllabus sera enrichi tout au long des cours par des synthèses et puisant leurs réflexions dans l'actualité du moment.

- Matériel indispensable dont l'étudiant doit être muni pour suivre le cours

Notes et textes du cours qui précèdent.

- Principales sources du titulaire

Roland Barthes, L'aventure sémiologique, Paris, Seuil, 1985.

Christian Baylon et Paul Fabre, La sémantique, Paris, Nathan, 1978.

Jean-Claude Fozza, La petite fabrique de l'image, Paris, Magnard, 2003.

Sophie George, Le vêtement de A à Z, Encyclopédie, Paris, Falbalas, 2008.

Sue Jenkyn Jones, Le stylisme, Guide des métiers, Paris, Pyramid ntcv, 2005.

Dominique Waquet, La mode, Paris, PUF, « Que sais-je ? », 1999.

Les programmes de la Haute École Francisco Ferrer.

Ainsi que de nombreux magazines et sites Internet (références données aux cours).

- Principales références documentaires à l'usage de l'étudiant

Le syllabus et les références bibliographiques ci-dessus.

Jocelyne GIASSON, La lecture, de la théorie à la pratique. Bruxelles, De Boeck, 1997.

Maurice GREVISSE, Le français correct, cinquième édition révisée et actualisée par Michèle Lenoble-Pinson, Paris-Bruxelles, Duculot-Deboeck, 1998.

Michèle LENOBLE-PINSON, La rédaction scientifique. Conception, rédaction, présentation, De Boeck, Bruxelles, 1996.

Gilberte NIQUET, Structurer sa pensée. Structurer sa phrase, Techniques d'expression orale et écrite, Paris, Formation continue. Niveau supérieur, Hachette, 1978.

Jean et Odile VESLIN, Corriger des copies, évaluer pour former, Paris, Hachette éducation, Collection Pédagogies pour demain, 1992.

Paul THIRY et al., Vocabulaire français Trouver et choisir le mot juste 550 exercices pour enrichir son vocabulaire et améliorer son style, Bruxelles, Duculot, Collection « Entre guillemets », 2003.

<http://www.ccdmd.qc.ca/> (consulté le 20 mars 2010)

Section : baccalauréat en publicité

Option : agencement de l'espace

Année d'études : 1

Intitulé : Histoire de l'art

Nombre de crédits : 2

Volume (en heures/an) : 45

Enseignement : Histoire de l'art

Cours obligatoire

1. Contenus

- Prérequis :

Maîtrise de la langue française. L'étudiant doit être capable d'exprimer clairement des idées et de les organiser en un ensemble cohérent.

- Objectifs du cours :

- Apporter une structure chronologique des moments-clefs dans l'histoire de l'art : amener l'étudiant à comprendre l'art dans un contexte historique, social, économique et intellectuel.
- Eveiller à la réflexion et à l'analyse des oeuvres (Apprendre à voir sans préjugés, objectivement).
- Développer la sensibilité, l'esprit critique et la tolérance.

- Compétences attendues en fin de cours :

A la fin du cours, l'étudiant sera capable de restituer les caractéristiques des époques envisagées, d'identifier les œuvres étudiées et les analyser avec précision (selon des critères établis pendant l'année), d'exprimer un certain nombre de concepts et de maîtriser le vocabulaire adéquat à l'art.

- Contenus :

Etude des époques-clefs depuis l'Antiquité jusqu'à la Renaissance.

- Mots-clés :

Histoire - art - graphisme - architecture - peinture - sculpture - perspective - Antiquité - Moyen-Age - Renaissance.

2. Aspects méthodologiques

- Méthodes d'enseignement et d'apprentissage mises en oeuvre

Enseignement magistral.

L'exposé se construit de la manière suivante :

- situation des mouvements et artistes selon un cadre historique et social
- observation et identification des oeuvres
- analyse et décodage de la signification (des significations) des oeuvres.

- Activités particulières

Visites de musées (collections permanentes et expositions temporaires)

Travaux de synthèse à partir d'un thème ou d'une période définie.

- Supports pédagogiques

Projection de diapositives

Tableau

- Matériel indispensable dont l'étudiant doit être muni pour suivre le cours

- Principales sources du titulaire

Toutes les encyclopédies générales concernant l'histoire de l'art.

E.H. Gombrich, Histoire de l'Art, Phaidon, 2006

B. Holtzman, L'art antique, Gallimard, 1997

J. Durand, L'art du Moyen-Age, Larousse, 2004

G. Legrand, L'art de la Renaissance, Larousse, 2005

Sites Internet (cf : google; wikipedia; encarta; encyclopedia).

- Principales références documentaires à l'usage de l'étudiant

Toutes les encyclopédies générales concernant l'histoire de l'art.

E.H. Gombrich, Histoire de l'Art, Phaidon, 2006

B. Holtzman, L'art antique, Gallimard, 1997

J. Durand, L'art du Moyen-Age, Larousse, 2004

G. Legrand, L'art de la Renaissance, Larousse, 2005

Sites Internet (cf : google; wikipedia; encarta; encyclopedia).

Section : baccalauréat en publicité

Option : agencement de l'espace

Année d'études : 1

Intitulé : Introduction à l'art et à l'esthétique

Nombre de crédits : 2

Volume (en heures/an) : 30

Enseignement : Histoire de l'art

Cours obligatoire

1. Contenus

- Prérequis :

Néant

- Objectifs du cours :

- Initiation à la lecture d'une œuvre d'art et à sa mise en contexte dans une époque de l'histoire de l'art.
- Former la culture générale et approcher certaines théories et expressions esthétiques.
- « Apprendre à voir », affiner la sensibilité, l'esprit critique, la capacité d'ouverture.

- Compétences attendues en fin de cours :

A la fin du cours, l'étudiant sera capable de :

- restituer une œuvre d'art dans le contexte de l'époque étudiée
- analyser une œuvre et « décoder » certaines influences esthétiques
- évoquer les grandes caractéristiques d'un courant esthétique
- acquérir une approche synthétique, chronologique et diachronique
- approche critique d'une œuvre analysée au cours.

- Contenus :

- La naissance de l'histoire de l'art et le rôle de WINCKELMANN.
- BAUMGARTEN et la philosophie esthétique. Réflexion sur la notion de « beauté ».
- Par l'étude d'œuvres et de tendances esthétiques situer l'importance d'une création dans l'histoire de l'art.
- Remettre une œuvre, une création dans le contexte de son époque.
- Sensibilisation à certaines « ruptures » artistiques.
- Prise en compte de l'influence de cultures non européennes sur l'art accidentel et son évolution. Le cas particulier du japonisme.
- Etude des grandes tendances de l'Art Nouveau en Europe (brève comparaison avec l'Art déco).
- Le mouvement symboliste dans ses relations avec l'Art Nouveau.
- Sécession Viennoise, Wiener Werkstätte, Liberty en Angleterre. Art and Crafts. Théories de Ruskin et William Morris, influence sur la naissance du Design.
- Incitation à la visite d'expositions et de musées (« actualités »).

- Mots-clés :

Histoire de l'art, Esthétique, Néo-classique, Art Nouveau, Symbolisme, Japonisme, Sécession, Liberty, Art Déco, Wiener Werkstätte.

2. Aspects méthodologiques

- Méthodes d'enseignement et d'apprentissage mises en oeuvre

Enseignement magistral.

Réalisation d'un travail « back d'année » par chaque étudiant.

- Activités particulières

Visites d'expositions, musées, bibliothèques.

- Supports pédagogiques

Dias, vidéos.

- Matériel indispensable dont l'étudiant doit être muni pour suivre le cours

Cahier

- Principales sources du titulaire

- Histoire de l'art – Ernst GOMBRICH – Flammarion 1992
- Le sens du beau – Luc Ferry – Edition Cercle d'art – 1998
- Wiener Werkstätte – Ateliers Viennois – Christian Braudstätter – Hazan 2004
- Comprendre la peinture – Stephen LITTLE – Eyrolles 2005
- L'estampe japonaise – Richard LANE – Office du Livre 1979

- Principales références documentaires à l'usage de l'étudiant

- Histoire de l'art – Ernst Gombrich – Flammarion 1992
- Comprendre, reconnaître les mouvements dans la peinture – Patricia Fride et Isabelle Marcadé – Larousse Bordes 1997
- Comprendre la peinture – Stephen Little – Eyrolles 2005
- Wiener Werkstätte – Ateliers Viennois – Christian Braudstätter – Hazan 2004
- Le sens du beau – Luc Ferry – Edition Cercle d'art 1998

Section : baccalauréat en publicité

Option : agencement de l'espace

Année d'études : 1

Intitulé : Marqueurs - techn.outil

Nombre de crédits : 4

Enseignement : Techniques graphiques

Volume (en heures/an) : 30

Cours obligatoire

1. Contenus

- Prérequis :

- Posséder un minimum de sensibilité artistique
- Avoir un minimum de culture générale et de curiosité pour les arts plastiques
- Observation, sensibilité

- Objectifs du cours :

- Pouvoir s'exprimer à l'aide des feutres
- Savoir exprimer différentes matières et textures, aplats et dégradés

- Compétences attendues en fin de cours :

Maîtrise de la technique des feutres

- Contenus :

- Utilisation du marqueur AD pour la réalisation de rough et lay-out
- Recherche de techniques pour exprimer des textures, des rendus, des aplats
- Retranscrire un visuel photos

- Mots-clés :

TRIA, AD, publicité, lay-out, techniques, recherches

2. Aspects méthodologiques

- Méthodes d'enseignement et d'apprentissage mises en oeuvre

Enseignement de proximité

- Activités particulières

Visites d'expositions

- Supports pédagogiques

Expériences personnelles et artistes divers.

- Matériel indispensable dont l'étudiant doit être muni pour suivre le cours

- Marqueurs AD, touch, Tria
- Papier lay-out
- Documentation selon les sujets
- Matériel de base

- Principales sources du titulaire

- Initiation aux feutres, Fleurus.
- Colour index, Jim Krause, David & Charles
- Art de la couleur, Johannes Itten, Dessain et Tolra
- La couleur et ses accords, Robert Montchaud, Fleurus.

- Principales références documentaires à l'usage de l'étudiant

Voir "Principales sources du titulaire"

Section : baccalauréat en publicité

Option : agencement de l'espace

Année d'études : 1

Intitulé : Notions de base du dessin

Nombre de crédits : 6

Volume (en heures/an) : 75

Enseignement : Techniques graphiques

Cours obligatoire

1. Contenus

- Prérequis :

Intérêt pour le dessin en général.

- Objectifs du cours :

- Acquérir une base en dessin permettant l'utilisation des expressions graphiques demandées en 2ème et 3ème années.
- Apprendre à regarder et à structurer sa vision.
- Pouvoir transposer une observation du réel sur un support en deux dimensions.
- Découverte de techniques et de supports disponibles sur le marché et en imaginer d'autres.
- Pouvoir jouer sur différentes techniques dans le rendu des ombres et lumières.

- Compétences attendues en fin de cours :

- Dessiner en respectant les proportions des corps humains et des objets; utiliser les techniques de base telles que : la mine de plomb, le fusain, le bic, les marqueurs, le collage.
- Maîtrise du cadrage et des dimensions du support.
- Développer une curiosité envers d'autres techniques (encre de chine, papier découpé, etc.).
- Pensée synthétique des formes et de la lumière.
- Sensibilité et compréhension des différences d'approches créatives liées aux modes de représentation de notre époque.

- Contenus :

Apprentissage des différents outils de dessin usités en agence actuellement

- Étude de traits
- Mixité de lumière, volume et mouvement par le trait unique
- Le cadrage, la mise en page
- Les proportions (Théories - applications)
- Savoir regarder et analyser un espace
- La mise en page, la composition
- Expressivité : diversités et moyens de leurs mises en oeuvres
- Travail d'après modèle vivant et d'après des objets
- Étude des ombres et lumières, des matières
- Travail transversal avec le cours de publicité

- Mots-clés :

Dessin, crayon, proportion, matière, croquis, illustration – affiche, modèle vivant, mise en page, composition, presse, observation, intégration, graphisme.

2. Aspects méthodologiques

- Méthodes d'enseignement et d'apprentissage mises en oeuvre

Enseignement de proximité (laboratoire, atelier, ...)
Travail en extérieur

- Activités particulières

Visites d'expositions, de salons, de musées, centres d'art, etc.

- Supports pédagogiques

Livres, magazines, périodiques, tableaux, projecteur numérique, photocopies, écrans informatiques.

- Matériel indispensable dont l'étudiant doit être muni pour suivre le cours

Crayon mine de plomb HB 2B 4B
Crayon fusain
Taille crayon
Gomme crayon
Gomme fusain
Marqueur AD ou Tria (1 noir et 2 gris différents)
Feuilles de croquis
Marqueur pinceau
Ciseau
Colle en bâton
Blocs de papier A3 - minimum 90 gr
Blocs de papier A4 - minimum 90 gr
Trousse pour le matériel

Section : baccalauréat en publicité

Option : agencement de l'espace

Année d'études : 1

- Principales sources du titulaire

- Ombres et lumières -Jungmann JP -Edition de la Villette, Paris - 1995
- L'Art de la couleur -Johannes Itten -Dessin et Tolra - 1977
- Anatomie humaine à l'usage des artistes -G. Fehér – Könemann - 2000
- Dictionnaire technique et critique du dessin -André Béguin – Vander - 1995
- Le corps humain I et II - ouvrages didactiques
- les expositions
- les musées
- le cinéma
- le théâtre
- les lectures diverses
- la presse écrite

- Principales références documentaires à l'usage de l'étudiant

- L'oeil et le cerveau - La psychologie de la vision -DeBoeck Université 2000
- Manual of Graphic Techniques 2 - Charles Scribner's Sons 1982
- Color Model Environments - Color and light in three-dimensional design - Van Nostrand Reinhold, NY
- Ecritures dessinées - Art et architecture de Piranèse à Ruskin -Contessi (G.) - Infolio Editions, Suisse 2002
- La perspective - A. Flocon et R. Taton -P.U.F. - Coll. Que sais je ? -1994
- La perspective en jeu - Philippe Comar -Découverte Gallimard - 1992
- Brochures techniques de Schleiper : Les pinceaux, le pastel, l'aquarelle, etc / Schleiper
- Ouvrages et magazines en bibliothèque : MédiaMarketing, Publicity...
- les expositions
- les musées
- le cinéma
- le théâtre
- les lectures diverses
- la presse écrite
- www.schleiper.com

Section : baccalauréat en publicité

Option : agencement de l'espace

Année d'études : 1

Intitulé : Perspective

Nombre de crédits : 2

Volume (en heures/an) : 15

Enseignement : Techniques graphiques

Cours obligatoire

1. Contenus

- Prérequis :

Pour pouvoir aborder et suivre ce cours, l'étudiant doit avoir un intérêt pour le dessin.

- Objectifs du cours :

Acquérir une base suffisante des techniques de la perspective liées au travail de l'image, de l'agencement de l'espace.

- Compétences attendues en fin de cours :

À la fin du cours, l'étudiant sera capable de :

- posséder les connaissances de base de la perspective
- dessiner divers volumes sous des angles différents.

- Contenus :

- Divers exercices de construction
- Construction de volumes de base : cube, pyramide, cône, ...

- Mots-clés :

Perspective, stand, agencement de l'espace, étalage.

2. Aspects méthodologiques

- Méthodes d'enseignement et d'apprentissage mises en oeuvre

Enseignement de proximité (laboratoire, atelier,...)

Enseignement magistral

- Activités particulières

Visites d'expositions, de salons,...

- Supports pédagogiques

Expériences

Tableau

- Matériel indispensable dont l'étudiant doit être muni pour suivre le cours

Grande équerre Aristo

Latte 40 cm

Porte-mine 0,5 B

Crayon graphite HB - 2B

Taille crayon

Gomme

Blocs de papier A3 - minimum 90 gr

Feuille volante ou cahier pour prise de notes

- Principales sources du titulaire

Les expositions

Les lectures diverses

Dictionnaire technique et critique du dessin - André Béguin - Vander - 1995

La perspective en jeu - Philippe Comar - Découverte Gallimard - 1992

L'origine de la perspective - Damisch - Flammarion - 1993

- Principales références documentaires à l'usage de l'étudiant

La perspective - A. Flocon et R. Taton - P.U.F. - Collection Que sais-je? - 1994

La perspective sans peine - Phil Metzger - Taschen - 1991

Section : baccalauréat en publicité

Option : agencement de l'espace

Année d'études : 1

Intitulé : Typographie

Nombre de crédits : 3

Volume (en heures/an) : 60

Enseignement : Techniques graphiques

Cours obligatoire

1. Contenus

- Prérequis :

Néant

- Objectifs du cours :

- Permettre aux étudiants de composer différents imprimés en respectant les règles de typographie.
- Par une connaissance accrue de la typographie, permettre de hiérarchiser les textes d'un document.

- Compétences attendues en fin de cours :

A la fin du cours, l'étudiant sera capable de :

- créer et corriger un document qui tient compte des règles typographiques et graphiques;
- apporter une plus-value à un document;
- orienter ses choix graphiques (typographiques) pour répondre à une demande.

- Contenus :

La paléographie
La calligraphie
La typographie : du pictogramme au numérique
La connotation typographique
Composition texte-image
La lettre : partie intégrante de notre environnement
Base du design graphique
Eléments du graphisme contemporain
La classification des caractères
Les grands typographes

- Mots-clés :

Typographie, mise en page, lettre, lay-out, gris typographique

2. Aspects méthodologiques

- Méthodes d'enseignement et d'apprentissage mises en oeuvre

Enseignement magistral
Séminaire

- Activités particulières

Visites d'expositions, de salons, ...

- Supports pédagogiques

Caractères en bois et en plomb
Dessins de caractères
Affiches
Dias, vidéo, films

- Matériel indispensable dont l'étudiant doit être muni pour suivre le cours

Néant

- Principales sources du titulaire

Une vie consacrée à l'écriture typographique - Adrian Frutiger - Perrousseau-2004
L'histoire du livre, des origines à nos jours - Philippe Marengo, Collectif - Atelier de reliure d'art de l'université de Toulouse-Le Mirai-2004
Les Didot : Trois siècles de typographie et de bibliophilie, 1698-1998 - André Jammes, Françoise Courbage, Bibliothèque historique de la ville de Paris - Paris Bibliothèques-1998
La Typographie expérimentale - Teal Triggs - Thames & Hudson-2004
Le prêt-à-clicher : Typographie et mise en pages - Marc Arabyan - L'Harmattan-2000
Typo du 20ème siècle - Lewis Blackwell, Claire Desserey - Flammarion-2004
Lexique des règles typographiques en usage à l'imprimerie nationale - Collectif - Imprimerie Nationale-2002
Typographie : Art nouveau - Collectif - L'Aventurine-1999
Typographie, du plomb au numérique - Fabienne Siegwart, Jean-Luc Dusong - Dessain et Tolra-2003
Manuel de typographie et de mise en page - François Richaudeau, Olivier Binisti - Retz-2005
Typographie, guide pratique - Damien Gautier - Pyramyd-2001
Livre et typographie - Jan Tschichold - Allia-1999
<http://www.planete-typographie.com/>
<http://www.typographie.org/>
<http://www.dsi.univ-paris5.fr/typo.html>
<http://abc.planete-typographie.com/>
<http://www.ec-nantes.fr/Materiaux/Textes/TypoGB.html>
<http://users.skynet.be/typographie/Lx.html>

- Principales références documentaires à l'usage de l'étudiant

Néant

Section : baccalauréat en publicité

Option : agencement de l'espace

Année d'études : 1

Intitulé : Communication publicitaire

Nombre de crédits : 4

Enseignement : Techniques publicitaires

Volume (en heures/an) : 45

Cours obligatoire

1. Contenus

- Prérequis :

Aucun

- Objectifs du cours :

Présenter aux étudiants le monde de la publicité : qui fait quoi, les différents domaines d'activité, les différentes approches publicitaires et leur raison d'être. Comment synthétiser l'analyse d'une campagne, en retirer les éléments essentiels et comprendre la stratégie suivie.

- Compétences attendues en fin de cours :

A la fin du cours, l'étudiant sera capable de :

- avoir une certaine aisance à s'exprimer en public
- vendre un produit

- Contenus :

Description de la publicité et de son fonctionnement.

Description du fonctionnement d'une agence de pub, son personnel, ses diverses activités.

Les annonceurs, la marque, les grands noms de la publicité et leur approche publicitaire.

Analyse des campagnes : historique, classification selon les techniques créatives, compréhension de la stratégie et des raisons d'être.

Etude de la signification des gestes les plus répandus.

- Mots-clés :

Communication - publicité - expression

2. Aspects méthodologiques

- Méthodes d'enseignement et d'apprentissage mises en oeuvre

Enseignement de proximité

Enseignement magistral

- Activités particulières

Exposés

- Supports pédagogiques

- Expériences

- Recherches et assimilation d'informations récentes

- Matériel indispensable dont l'étudiant doit être muni pour suivre le cours

- Accès à Internet et bibliothèque pour les recherches

- Trousse de matériel

- Principales sources du titulaire

Média - Marketing - Magazine

Tout connaître sur la publicité - Franck Meesters - Alain Zalman - Stratégies

La communication par l'image

Articles de presse

Doc sur Internet

Les métiers de la communication - Editions Stratégies

- Principales références documentaires à l'usage de l'étudiant

Voir références sources titulaire

Articles de presse

Section : baccalauréat en publicité

Option : agencement de l'espace

Année d'études : 1

Intitulé : Création graphique publicitaire

Nombre de crédits : 8

Volume (en heures/an) : 90

Enseignement : Techniques publicitaires

Cours obligatoire

1. Contenus

- Prérequis :

Aucun

- Objectifs du cours :

- Tour d'horizon des différentes techniques graphiques
- Apprentissage du vocabulaire technique
- Tour d'horizon des différents supports médiatiques

- Compétences attendues en fin de cours :

L'étudiant doit être capable de :

- répondre techniquement à un problème graphique
- choisir une technique appropriée à chaque support
- acérer l'œil à l'environnement visuel quotidien

- Contenus :

- Utilisation des markers pour la réalisation de rough et de lay-out
- Mise en page des différents éléments constituant une annonce
- Recadrage de différents formats d'annonces publicitaires
- Recherche et création de l'image en fonction du concept
- Recherches graphiques pour différents visuels (affiche, annonce, picto,...)

- Mots-clés :

Design, graphique, lay-out, rough, typographie, mise en page, print, logotypes,...

2. Aspects méthodologiques

- Méthodes d'enseignement et d'apprentissage mises en oeuvre

Méthode de proximité

- Activités particulières

Visites d'expositions, de salons,...

- Supports pédagogiques

Dias, vidéo, films

Bibliothèque, vidéothèque, médiathèque, magazines

- Matériel indispensable dont l'étudiant doit être muni pour suivre le cours

Trousse scolaire, book A5, marqueurs et papier lay out

- Principales sources du titulaire

Le guide de la communication - F. Meesters/A. Zalman - Stratégies

Fils de pub - Jacques Seguéla - Flamarion

Tous les métiers de la Communication - A. Balès/MD. Rossi - Stratégies

Sites Internet :

<http://www.etapes.com>

<http://www.mm.be>

<http://www.pyramyd-editions.com/>

<http://www.commarts.com>

- Principales références documentaires à l'usage de l'étudiant

Bibliothèque Ferrer

Etapes - Editions Pyramyd

Sites Internet :

<http://www.etapes.com>

<http://www.mm.be>

<http://www.pyramyd-editions.com/>

<http://www.commarts.com>

Section : baccalauréat en publicité

Option : agencement de l'espace

Année d'études : 1

Intitulé : Lay-out composition

Nombre de crédits : 4

Volume (en heures/an) : 30

Enseignement : Techniques publicitaires

Cours obligatoire

1. Contenus

- Prérequis :

Pour pouvoir aborder et suivre ce cours, l'étudiant doit avoir un intérêt pour le dessin.

- Objectifs du cours :

Acquérir une base en dessin aux marqueurs permettant l'utilisation des expressions graphiques demandées en 2ème et 3ème année.

- Compétences attendues en fin de cours :

À la fin du cours, l'étudiant sera capable de dessiner en respectant les proportions des corps humains et des objets, en utilisant les techniques du marqueur.

- Contenus :

Travail d'après modèle vivant et d'après des objets.

Travail graphique utilisant le noir et le blanc ou la couleur.

Étude des ombres et lumières, des matières.

Travail en parallèle avec le cours de Publicité.

- Mots-clés :

Lay out - croquis - illustration - modèle vivant - mise en page – composition – observation - graphisme

2. Aspects méthodologiques

- Méthodes d'enseignement et d'apprentissage mises en oeuvre

Enseignement de proximité (laboratoire, atelier,...)

Travail en extérieur

- Activités particulières

Visites d'expositions, de salons, de musées

- Supports pédagogiques

Expériences

Livres et images imprimées de toutes sortes

Exemples de travaux à réaliser

Tableau

- Matériel indispensable dont l'étudiant doit être muni pour suivre le cours

Assortiment de marqueurs AD, Tria ou Touch

Feuilles de papier lay out A4 et A3

Marqueur pinceau

- Principales sources du titulaire

Les expositions

Les lectures diverses

Revue de graphismes

L'art de la couleur - Johannes Itten - Dessin et Tolra - 1977

Anatomie humaine à l'usage des artistes - G. Fehér - Könemann - 2000

Dictionnaire technique et critique du dessin - André Béguin - Vander - 1995

- Principales références documentaires à l'usage de l'étudiant

Les expositions

Les lectures diverses

Ouvrages et magazines en bibliothèque : MédiaMarketing, Publicity...

Section : baccalauréat en publicité

Option : agencement de l'espace

Année d'études : 1

Intitulé : Notions d'infographie

Nombre de crédits : 4

Volume (en heures/an) : 60

Enseignement : Techniques publicitaires

Cours obligatoire

1. Contenus

- Prérequis :

Pour pouvoir aborder et suivre ce cours, l'étudiant doit être capable au minimum de :
Savoir utiliser de manière basique un ordinateur Mac ou PC (Allumer, éteindre un ordinateur, créer, effacer un dossier sur le disque interne ou en réseau, etc.)

- Objectifs du cours :

- Connaître la majorité des outils qui constituent le logiciel Adobe™ Photoshop™.
- Comprendre la philosophie du logiciel Adobe™ Photoshop™ et pouvoir choisir la meilleure méthode de travail en fonction des spécificités des travaux à réaliser.
- Acquérir, gérer et structurer des documents de leur numérisation au travail à l'écran.

- Compétences attendues en fin de cours :

- À la fin du cours, l'étudiant sera capable de :
- Utiliser le logiciel Adobe™ Photoshop™ dans la majorité des outils qu'il propose.
 - Créer un document composé de calques, calque de forme, effets, masque de fusion, tracés, etc.
 - Réaliser une correction colorimétrique sur un document image.

- Contenus :

- Rôles et spécificités du logiciel Adobe™ Photoshop™
- Outils et palettes du logiciel.
- Réalisation de mise au net sur écran de son propre lay-out.
- Utilisation du logiciel comme outil de recherche et/ou de mise au point de sa démarche créative, réalisation de tous travaux ordinaires ou complexes de mise en page.
- Numérisation de documents via un scanner ou traitement de fichier RAW pour la photo.

- Mots-clés :

RVB, CMJN, barre d'outils, calque, mise en page, gabarit, couleur, Photoshop, impression.

2. Aspects méthodologiques

- Méthodes d'enseignement et d'apprentissage mises en oeuvre

Projecteur numérique, écran large, PC/MAC.
Enseignement de proximité (laboratoire, atelier, ...)
Enseignement magistral

- Activités particulières

Visites de milieux professionnels (Agences, studio graphique et publicitaire)
Visites d'expositions, de salons,...

- Supports pédagogiques

Projecteurs numériques, amplification sonore du cours par micro sans fil, tableau, photocopies, PDF, images.

- Matériel indispensable dont l'étudiant doit être muni pour suivre le cours

Clef USB min. 8 Go conseillé. Les étudiants n'auront pas besoin en 1er année de posséder un ordinateur. Cependant avoir un portable est un toujours un plus dans des étudiants de communications visuelles.

- Principales sources du titulaire

- Photoshop pour les photographes - Manuel de formation pour les professionnels de l'image par Martin Evening, Editions Eyrolles, ISBN : 2-212-09290-3
- La Chaîne graphique, prépresse, impression, finition (Deuxième édition) - Kaj Johansson, Peter Luindberg et Robert Ryberg - Edition Eyrolles ISBN : 2212-11336-6
- Photoshop, Guide de la correction de couleur - Tout l'art de maîtriser la qualité des couleurs dans les images numériques - Michael Kieran - Edition First Interactive
- <http://www.infographia.eu> (Site dédié au cours avec téléchargement (sous login) de syllabus ainsi qu'une banque de liens.

- Principales références documentaires à l'usage de l'étudiant

- La Chaîne graphique, prépresse, impression, finition (Deuxième édition) - Kaj Johansson, Peter Luindberg et Robert Ryberg - Edition Eyrolles ISBN : 2212-11336-6
- Photoshop pour les photographes - Manuel de formation pour les professionnels de l'image par Martin Evening, Editions Eyrolles, ISBN : 2-212-09290-3
- Photoshop, Guide de la correction de couleur - Tout l'art de maîtriser la qualité des couleurs - Michael Kieran - Edition First Interactive

Section : baccalauréat en publicité

Option : agencement de l'espace

Année d'études : 1

Intitulé : Photographie

Nombre de crédits : 3

Volume (en heures/an) : 45

Enseignement : Techniques publicitaires

Cours obligatoire

1. Contenus

- Prérequis :

- Pour pouvoir aborder et suivre ce cours, l'étudiant doit être capable de :
- montrer un intérêt pour l'image photographique
- présenter une photo qu'il estime réussie
- utiliser à l'oral un niveau de langage approprié à la situation de cours

- Objectifs du cours :

- tirer le maximum de leur appareil photographique personnel
- présenter des images de qualité photographique agrandies au format A4
- produire des photos à thème ex : reportage école, ombre et lumière, à la manière de, abstractions graphiques, Noir&blanc, couleur ... sur différents supports

- Compétences attendues en fin de cours :

- A la fin du cours, l'étudiant sera capable de :
- présenter pour chaque thème 2 agrandissements de qualité qu'il estime réussis
 - rechercher des exemples chez les photographes de renom avant de commencer un travail
 - réaliser des photos en anticipant le résultat final
 - utiliser un panneau réflecteur
 - effectuer des retouches d'image simples (ex diminuer les rides)

- Contenus :

- respect des consignes (sécurité, rangement, environnement, soin)
- connaissance et maniement des appareils de base (reflex, compact, argentique, numérique)
- méthodologie pour mener à bien un travail photographique
- notion de "droit à l'image"
- production de photographies en prenant compte du contexte socioculturel et de l'évolution de la société
- aspect technique : diaphragme, profondeur de champs, vitesse d'obturation, éclairage, cadrages, retouches, présentation, archivage
- esthétique : analyse d'images, culture photographique
- utilisation des ressources des nouvelles technologies
- schémas d'éclairages simples
- évaluer sa production en fonction de critères techniques et artistiques

- Mots-clés :

photographie - technique / photographie – exposition – Belgique / photographie de mode - portfolio - plage dynamique - portfolio
photographie - labo photo en ligne - portfolio - publicité - photographie - lexique photo / photographie - musée / sofam - photographie

2. Aspects méthodologiques

- Méthodes d'enseignement et d'apprentissage mises en oeuvre

Enseignement de proximité (laboratoire, atelier, ...)

Enseignement magistral

Frontal pour commencer puis démonstrations mise en pratique, travail individuel de laboratoire argentique et numérique

- Activités particulières

Sorties en prises de vues extérieures, visite d'expositions, photographie d'activités dans l'école, guidance, remédiation individuelle

Visites d'expositions, de salons, organisation d'ateliers à l'école de photographie...

- Supports pédagogiques

Expériences

Présentation Power Point

Syllabus

Revue mensuelles pour l'actualisation. Réalisations photographiques abouties, syllabus

- Matériel indispensable dont l'étudiant doit être muni pour suivre le cours

Appareil photo avec sa fiche technique, un crayon, un carnet de prise de notes, un agenda

Trousse de matériel

- Principales sources du titulaire

www.Photoimaging.be

Revue Grain Pixel, Phomédeia news, Chasseur d'image

Salons : Photokina + salons professionnels

Workshop dans des domaines précis (Portrait, photoshop, studio numérique)

Cours et formations : Vidéo numérique, prise de vue numériques simples + photoshop

Elements de technologies pour comprendre la photographie - CAP Français - VM-mises à jour

Encyclopédie Kodak de la photographie (10 volumes) - Eastman Kodak Company - ERASME/Belgique-1981

Techniques professionnelles de l'éclairage - J Marchesi - Verlag-1988

Livre photoshop des photographes numériques - Scott Kelby - Campus Presse-2003

Section : baccalauréat en publicité

Option : agencement de l'espace

Année d'études : 1

- Principales références documentaires à l'usage de l'étudiant

Revue : Objectif photo, réponse photo, Déclat photo

Atjet (ou autres noms de photographes du 20^{esi}ècle) - Photo Poche divers auteurs - Nathan-1982 - 1996

www.Scottkelbi.com

La photographie - John Edgecoe - Prestige Solar-1995

Part de l'ombre - Dominique Evrard - Ed Art Skira-1993

Photo numérique N° 39 - Michael Karbo/Mikkel Franck - Compétence Micro Expérience-2004

Photo Passion - Kodak - Hachette-1991

Photocolore - John Batho - Ed Colona-1985

www.Absolutephoto.com

www.Focale31.com

www.Musephoto.be/altern.htm

Section : baccalauréat en publicité

Option : agencement de l'espace

Année d'études : 1

Intitulé : Publication assistée par ordinateur (PAO)

Nombre de crédits : 4

Volume (en heures/an) : 45

Enseignement : Techniques publicitaires

Cours obligatoire

1. Contenus

- Prérequis :

Connaissance du fonctionnement d'un ordinateur.

- Objectifs du cours :

Apprentissage basique des programmes :

- Adobe Illustrator pour la création de dessins vectoriels

- Adobe Photoshop pour l'image

- Compétences attendues en fin de cours :

L'étudiant doit être capable de :

- connaître le vocabulaire et les raccourcis

- appliquer ces notions et celles du cours d'infographie aux différents travaux et projets de création graphique et publicitaire.

- Contenus :

Découverte de l'interface Illustrator

Les outils (plume, modifications...)

Les couleurs

Les formes géométriques

Les tracés

Le pathfinder

Les outils de transformations (mise à l'échelle, rotation, symétrie)

Numérisation de documents

Définition et résolution

Impression

- Mots-clés :

Illustrator, dessin vectoriel, menu, outils, palette,...

2. Aspects méthodologiques

- Méthodes d'enseignement et d'apprentissage mises en oeuvre

Magistral et de proximité

- Activités particulières

Visites d'expositions, de salons,...

- Supports pédagogiques

Illustrator CS2 pour les nuls - Ted Alspash et Matt LeClair First Editions

Photoshop pour les nuls - Peter Bauer First Editions

Mac OSX pour les nuls - First Editions

Bibliothèque, magazines

- Matériel indispensable dont l'étudiant doit être muni pour suivre le cours

Ordinateur

- Principales sources du titulaire

Identités graphiques et culturelles - Editions Pyramyd ISBN 2-35017-022-5

Typo-graphisme - Editions Pyramyd ISBN 2-910565-06-8

Illustrator CS2 pour les nuls - Ted Alspash et Matt LeClair First Editions

Photoshop pour les nuls - Peter Bauer First Editions

Mac OSX pour les nuls First Editions

Sites Internet :

<http://www.etapes.com>

<http://www.mm.be>

<http://www.pyramyd-editions.com/>

<http://www.commart.com>

- Principales références documentaires à l'usage de l'étudiant

Bibliothèque Ferrer

Illustrator CS2 pour les nuls - Ted Alspash et Matt LeClair First Editions

Photoshop pour les nuls - Peter Bauer First Editions

Mac OSX pour les nuls - First Editions

Sites Internet :

<http://www.etapes.com>

<http://www.mm.be>

<http://www.pyramyd-editions.com/>

<http://www.commart.com>

Section : baccalauréat en publicité

Option : agencement de l'espace

Année d'études : 1

Intitulé : Emballage et conditionnement

Nombre de crédits : 5

Volume (en heures/an) : 45

Enseignement : Agencement de l'espace

Cours obligatoire

1. Contenus

- Prérequis :

Avoir un intérêt pour les volumes et maquettes.

- Objectifs du cours :

- Maîtrise de divers outils et techniques pour réaliser les volumes.
- Imaginer et réaliser des volumes en tenant compte des contraintes de fabrication.

- Compétences attendues en fin de cours :

- Imaginer et réaliser des packagings autour de thèmes définis
- Maîtrise d'outils et techniques diverses liées à l'emballage
- Réalisation de maquettes
- Tracer les gabarits des volumes

- Contenus :

Imaginer et réaliser des packagings pour divers produits d'une marque.

- Mots-clés :

Packaging, boîte, volume, emballage, produits, matériaux

2. Aspects méthodologiques

- Méthodes d'enseignement et d'apprentissage mises en oeuvre

- Analyse, observation, maquette
- Enseignement de proximité

- Activités particulières

Visites d'expositions

- Supports pédagogiques

- Expériences personnelles
- Packagings existants
- Livres de packaging : voir "principales sources du titulaire"

- Matériel indispensable dont l'étudiant doit être muni pour suivre le cours

- Matériel de recherche
- Matériaux propres à la réalisation de chaque maquette
- Matériel d'assemblage et découpe
- Trousse de matériel

- Principales sources du titulaire

- Média, Marketing, Magazines
- Package, design in Japan-Taschen
- Design basisrock port
- Encyclopédie du papier Paul Jackson Fleurus
- Food design te Neves
- Functional packaging prototypes Jimming Chen, Gingko Press
- Packaging : toutes les étapes du concept au consommateur, J.J.Urvoay. Eyrolles
- Prototypes de packaging en carton, Edward Denison - Pyramid
- Product design, Hectos Roquetta, Te Neves
- Furniture design, Christina Montes, Te Neves
- Publicité et packaging, Poppy Evans, Eyrolles.
- Le design packaging, Guide des métiers, Bill Stewart, Pyramid.
- Design d'objets, cahier du designer, Eyrolles
- www.france-emballages.org
- www.procarton.com/home cartons

- Principales références documentaires à l'usage de l'étudiant

Voir professeur

Section : baccalauréat en publicité

Option : agencement de l'espace

Année d'études : 1

Intitulé : Etalage

Nombre de crédits : 5

Volume (en heures/an) : 45

Enseignement : Agencement de l'espace

Cours obligatoire

1. Contenus

- Prérequis :

- Avoir les notions de base de dessin d'agencement et perspective
- Un attrait pour l'agencement de l'espace

- Objectifs du cours :

- Agencer un espace dans le but de le mettre en valeur en tenant compte des tendances.
- Mettre en valeur un produit dans un espace défini dans le but d'attirer le client.

- Compétences attendues en fin de cours :

- Etre capable de mettre en valeur des produits dans un espace défini.
- Etre capable de construire des perspectives avec leurs fiches explicatives.
- Sensibilité par rapport aux tendances, matériaux.

- Contenus :

- Imaginer des perspectives d'étalages et stands, échoppes
- Fiche explicative
- Recherche de tendances et matériaux
- Constitution de dossiers

- Mots-clés :

Décoration, design, étalage, tendances, plans, vendre.

2. Aspects méthodologiques

- Méthodes d'enseignement et d'apprentissage mises en oeuvre

Enseignement de proximité

- Activités particulières

Visites de salons, analyse d'étalages dans différentes villes.

- Supports pédagogiques

- Expériences
- Analyse d'étalages
- Analyse de stands

- Matériel indispensable dont l'étudiant doit être muni pour suivre le cours

- Matériel de construction d'étalages
- Feutres AD ou Tria
- Documentation selon les sujets
- Ordinateur.

- Principales sources du titulaire

- Stratégie de l'étalage
- Différents articles
- Photos
- Salon "Intérieur Courtrai"
- Esthétique commerciale : design & identité - Johnny Tucker, éd. Pyramid
- Boutiques de rêve : Teldum
- Vitrites, Mary Portas, Thames & Hudson
- Cool shops London, Lorence Bonet, Te neves

- Principales références documentaires à l'usage de l'étudiant

- Photos
- Observation d'étalages, stands, matériaux.
- Voir réf. Sources titulaire

Section : baccalauréat en publicité

Option : agencement de l'espace

Année d'études : 1

Intitulé : Méthodologie d'apprentissage

Nombre de crédits : 2

Volume (en heures/an) : 15

Enseignement : Activités d'intégration professionnelle

Cours obligatoire

1. Contenus

- Prérequis :

Aucun

- Objectifs du cours :

- Confirmer son projet personnel, professionnel et académique
- Mettre en œuvre les méthodes de travail liées à l'enseignement supérieur
- S'intégrer harmonieusement au sein d'une nouvelle communauté étudiante
- Effectuer des recherches en utilisant les outils disponibles en bibliothèque
- Analyser et synthétiser les supports scientifiques liés à leur formation

- Compétences attendues en fin de cours :

L'étudiant, à travers les activités proposées, se prépare à l'exercice de son métier d'étudiant dans l'enseignement supérieur et en particulier argumente de son choix d'étude et met en place les outils nécessaires à sa réussite.

- Contenus :

- Séminaire Projet Personnel et Professionnel
- Séminaires Méthodes de travail : transition secondaire-supérieur, gestion du temps, étudier au quotidien, préparation des examens, gestion de la session d'examens
- Journée de Team Building
- Séminaire de Recherche documentaire
- Cours de français pour l'enseignement supérieur
- Charte d'engagement pour les étudiants en difficulté en demande d'accompagnement

- Mots-clés :

Projet personnel et professionnel – Orientation – Choix d'études – Choix de vie – Personnalité – Métier – Profession – Portfolio – Outils d'apprentissage - Recherche documentaire – Team Building – Accompagnement – Méthodologie de la communication

2. Aspects méthodologiques

- Méthodes d'enseignement et d'apprentissage mises en œuvre

Méthodes d'enseignement et d'apprentissage mises en œuvre

Exposés, ateliers, séminaires, recherches documentaires, immersion, interview, portfolio, autonomie, présentation

- Activités particulières

Team building, présentation d'un portfolio, conclusion de Charte d'engagement et suivi individuel (rencontres et courriels)

Notez que le Service d'orientation et de soutien à la réussite est accessible à tous les étudiants tout au long de l'année

- Supports pédagogiques

Présentation Powerpoint, syllabus (Guide de l'étudiant et Méthodes de travail), plate-forme pédagogique (i Campus)

- Matériel indispensable dont l'étudiant doit être muni pour suivre le cours

néant

- Principales sources du titulaire

Recherches et littérature d'auteurs :

- Arrous J., Elaboration et accompagnement du projet personnel de l'étudiant, PPT, Université Robert Schuman de Strasbourg
- Belanger C., Comment mettre en place un portfolio, CEFES, Montreal
- Bireaud A., Les méthodes pédagogiques dans l'enseignement supérieur, Edition d'organisation
- Charpentier J., Collin B., De l'orientation au projet de l'élève, Hachette Education
- Cobut B., S'orienter en fin de secondaire, Cortext Editions, 2008
- Cobut B., Rebondir après l'échec, Cortext Editions, 2009
- Coulon A., Le métier d'étudiant. L'entrée dans la vie universitaire, Paris, PUF, 1997. A.
- Frenay M., Noël B., Parmentier Ph., Romainville M., L'étudiant-apprenant, De Boeck Université 1998
- Gilles D., Projet professionnel de l'étudiant : les nouvelles données, ONISEP
- Maurice D., Réussir la première année à l'université : le projet Boussole, Revue française de pédagogie, 2001
- Wolfs J-L., Méthodes de travail et stratégies d'apprentissage, De Boeck Université, 1998

Sites internet

- Site www.hec.ca/registraire/programmes

- Site www.univ-lyon2.fr

- Site www.orientation.be

- Site www.enseignement.be

- Principales références documentaires à l'usage de l'étudiant

Section : baccalauréat en publicité

Option : agencement de l'espace

Année d'études : 2

Intitulé : Français

Nombre de crédits : 3

Enseignement : Français

Volume (en heures/an) : 30

Cours obligatoire

1. Contenus

- Prérequis :

- Pour pouvoir aborder et suivre ce cours, l'étudiant doit être capable de :
- faire preuve d'une bonne connaissance du français courant, écrit et parlé;
- maîtriser le contenu du cours de première année (sémantique).

- Objectifs du cours :

- Maîtrise des figures de rhétorique;
- Aptitude à l'analyse et à la création d'un message publicitaire (écrit ou visuel).

- Compétences attendues en fin de cours :

- A la fin du cours, l'étudiant sera capable de :
- analyser un slogan publicitaire en y repérant les figures et les procédés rhétoriques qui servent à son élaboration.

- Contenus :

- Initiation aux concepts sémiologiques;
- Rhétorique publicitaire;
- Analyse de messages publicitaires;
- Théorie de la communication;
- Aspects de la création publicitaire;
- Relation texte / image;
- Argumentation.

- Mots-clés :

Figures de rhétorique - sémiologie publicitaire - argumentation.

2. Aspects méthodologiques

- Méthodes d'enseignement et d'apprentissage mises en oeuvre

Enseignement magistral / Travaux individuels

- Activités particulières

Néant

- Supports pédagogiques

Documents visuels
Tableau

- Matériel indispensable dont l'étudiant doit être muni pour suivre le cours

Syllabus

- Principales sources du titulaire

Introduction à la sémiologie - G. Mounin - Minuit - 1970
La communication - Etat des savoirs - Collectif - Sciences Humaines - 1995
Le Langage - Nature, histoire et usage - Ed. Sciences Humaines - 2001
R. Barthes - Œuvres complètes (3 tomes) - Seuil
Rhétorique générale - Groupe μ - Larousse - 1970
La rhétorique - M. Meyer - Que sais-je ? - 2004
Les Clés du Message publicitaire - Jacques Lemaire - Presses Ferrer - 2003
Les figures clés du discours - Marc Bonhomme - Seuil - 1998
L'argumentation publicitaire - Rhétorique de l'image et persuasion - J.-M. Adam / Marc Bonhomme - Nathan - 1997
Guide de la publicité et de la communication - François Berheim - Larousse - 2004
Petite Fabrique de l'Image - Jean-Claude Fozza, Anne-Marie Garat et Françoise Parfait - Magnard - 2001

- Principales références documentaires à l'usage de l'étudiant

Les Clés du Message publicitaire - Jacques Lemaire - Presses Ferrer - 2003
Les figures clés du discours - Marc Bonhomme - Seuil - 1998
Le Nouveau Petit Robert - Paul Robert - Le Robert - 2000
Le Bon Usage - Maurice Grevisse - Duculot - 1975

Section : baccalauréat en publicité

Option : agencement de l'espace

Année d'études : 2

Intitulé : Anglais

Nombre de crédits : 3

Enseignement : Langues

Volume (en heures/an) : 30

Cours obligatoire

1. Contenus

- Prérequis :

Aucun

- Objectifs du cours :

Familiariser davantage les étudiants avec le langage et l'anglais de la publicité et développer les aptitudes de communication dans cette langue étrangère.

- Compétences attendues en fin de cours :

- Lecture autonome de textes anglais authentiques en rapport avec les métiers de la publicité.
- Elargissement du champ lexical du domaine de la publicité.
- Compréhension d'un message oral (authentique).
- Production orale (présentation orale des étudiants devant le groupe d'un sujet publicitaire).

- Contenus :

Le cours d'anglais se structure autour de l'exploitation de 4 aptitudes linguistiques : compréhension à l'audition et à la lecture, production écrite et orale portant sur l'anglais utile dans la vie des étudiants et l'anglais de la publicité.

- Mots-clés :

2. Aspects méthodologiques

- Méthodes d'enseignement et d'apprentissage mises en oeuvre

Enseignement magistral
Enseignement de proximité

- Activités particulières

Visites d'expositions

- Supports pédagogiques

Tableau, transparents, photocopies

- Matériel indispensable dont l'étudiant doit être muni pour suivre le cours

A définir par le titulaire du cours au début de l'année académique.

- Principales sources du titulaire

A définir par le titulaire du cours au début de l'année académique.

- Principales références documentaires à l'usage de l'étudiant

A définir par le titulaire du cours en accord avec les autres enseignants de la section.

Section : baccalauréat en publicité

Option : agencement de l'espace

Année d'études : 2

Intitulé : Notions juridiques et économiques

Nombre de crédits : 2

Volume (en heures/an) : 30

Enseignement : Droit - Economie - Gestion

Cours obligatoire

1. Contenus

- Prérequis :

Néant

- Objectifs du cours :

- Comprendre les enjeux économiques au niveau national et international;
- Se définir en tant qu'agent économique actif dans le cadre de la future profession de l'étudiant;
- Permettre à l'étudiant de se familiariser avec les notions de bases de la gestion des entreprises.

- Compétences attendues en fin de cours :

A la fin du cours, l'étudiant sera capable de :

- maîtriser le vocabulaire spécifique à l'entreprise et à l'activité économique;
- prendre conscience des formalités à accomplir dans le cadre d'une activité indépendante;
- se familiariser avec le monde de l'entreprise.

- Contenus :

- Notions fondamentales : l'entreprise, leurs fonctions, schéma de l'activité économique
 - Installation comme indépendant ou en société
 - Structure des entreprises
 - Analyse détaillée des fonctions de l'entreprise : administration, production, commercialisation, finance, comptabilité, Marketing, ressources humaines.
- Dans le cadre du cours, un jeu d'affaire et de pilotage d'entreprise sera organisé et constituera le fil conducteur du cours et permettra une meilleure compréhension des thèmes abordés.

- Mots-clés :

Administration, Production, Commercialisation, Finance, Comptabilité, Marketing, Ressources humaines

2. Aspects méthodologiques

- Méthodes d'enseignement et d'apprentissage mises en oeuvre

Enseignement magistral
Enseignement de proximité (laboratoire, atelier, ...)
Mise en situation par simulation de la vie d'une entreprise.

- Activités particulières

Visites de milieux professionnels
Visites d'expositions, de salons, ...
Participation au projet YEP

- Supports pédagogiques

Tableau
Présentation Power Point
Transparents
Dias, vidéo, films

- Matériel indispensable dont l'étudiant doit être muni pour suivre le cours

Syllabus
Dictionnaire

- Principales sources du titulaire

Pratique de la création d'entreprise - Riquet IPCF 2004
Précis de comptabilité - Antoine De Boeck 2005

- Principales références documentaires à l'usage de l'étudiant

Pratique de la création d'entreprise - Riquet IPCF 2004
Précis de comptabilité - Antoine De Boeck 2005

Sites Internet :

- BNB : www.bnb.be
- FEB : www.vbo.feb.be
- Portail fédéral : www.belgium.be
- Ministère des finances : www.minfin.fgov.be

Section : baccalauréat en publicité

Option : agencement de l'espace

Année d'études : 2

Intitulé : Histoire de l'art

Nombre de crédits : 2

Volume (en heures/an) : 45

Enseignement : Histoire de l'art

Cours obligatoire

1. Contenus

- Prérequis :

Maîtrise de la langue française. L'étudiant doit être capable d'exprimer clairement des idées et de les organiser en un ensemble cohérent.

- Objectifs du cours :

- Donner aux étudiants une structure chronologique;
- Explication des données historiques et stylistiques utiles à la compréhension des formes d'expressions plastiques (architecture, sculpture, peinture);
- Mise en évidence des caractéristiques des principaux mouvements artistiques et des artistes (explication de leur parcours et de leur démarche) pour les XIX^{ème} et XX^{ème} siècles.

- Compétences attendues en fin de cours :

A la fin du cours, l'étudiant doit être capable d'utiliser un vocabulaire adéquat, d'identifier et d'analyser de façon précise les œuvres d'art retenues pour le XX^{ème} siècle. Il doit en outre montrer sa compréhension du langage plastique et situer les œuvres dans leur contexte sociétal.

- Contenus :

Etude des principaux mouvements artistiques et artistes des XIX^{ème} et XX^{ème} siècles dans les domaines de l'architecture, de la sculpture, de la peinture.

- Mots-clés :

Romantisme, Réalisme, Impressionnisme, Fauvisme, Expressionnisme, Cubisme, Abstraction, Dadaïsme et Surréalisme.

2. Aspects méthodologiques

- Méthodes d'enseignement et d'apprentissage mises en oeuvre

Enseignement magistral.

L'exposé se construit de la manière suivante :

- Situation des mouvements et artistes selon un cadre historique et social
- Observation et identification des oeuvres
- Analyse et décodage de la signification (des significations) des oeuvres.

- Activités particulières

Visites de musées (collections permanentes et expositions temporaires)

Travaux de synthèse à partir d'un thème ou d'une période définie.

- Supports pédagogiques

Projection de diapositives

Tableau

- Matériel indispensable dont l'étudiant doit être muni pour suivre le cours

- Principales sources du titulaire

Toutes les encyclopédies générales concernant l'histoire de l'art.

Jean-Louis Ferrier, L'aventure de l'art au XIX^{ème} siècle, Hachette

Norbert Lynton, L'art moderne, Flammarion, 1994

Edward Lucie-Smith, Les arts au XX^{ème} siècle, Könemann, 1996

Bernard Blistène, Une histoire de l'art du XX^{ème} siècle, 2000.

- Principales références documentaires à l'usage de l'étudiant

Toutes les encyclopédies générales concernant l'histoire de l'art.

Jean-Louis Ferrier, L'aventure de l'art au XIX^{ème} siècle, Hachette

Norbert Lynton, L'art moderne, Flammarion, 1994

Edward Lucie-Smith, Les arts au XX^{ème} siècle, Könemann, 1996

Bernard Blistène, Une histoire de l'art du XX^{ème} siècle, 2000.

Section : baccalauréat en publicité

Option : agencement de l'espace

Année d'études : 2

Intitulé : Histoire des Arts Appliqués

Nombre de crédits : 2

Volume (en heures/an) : 30

Enseignement : Histoire de l'art

Cours obligatoire

1. Contenus

- Prérequis :

Maîtrise de la langue française. L'étudiant doit être capable d'exprimer clairement des idées et de les organiser en un ensemble cohérent.

- Objectifs du cours :

Donner aux étudiants une structure chronologique et mettre en place les caractéristiques des arts appliqués des XIXème et XXème siècles.

- Compétences attendues en fin de cours :

A la fin du cours, l'étudiant sera capable de restituer les caractéristiques des époques envisagées, d'identifier les œuvres étudiées et les analyser avec précision (selon des critères établis pendant l'année), exprimer un certain nombre de concepts et maîtriser le vocabulaire adéquat.

- Contenus :

Le cours retrace l'évolution des arts appliqués du XIXe au XXe siècles, depuis les Arts and Crafts, Wiener Werkstätte, le Werkbund, le mouvement De Stijl, le Bauhaus, des années 1920 jusqu'aux développements les plus récents.

- Mots-clés :

Arts appliqués - arts décoratifs - design - mobilier.

2. Aspects méthodologiques

- Méthodes d'enseignement et d'apprentissage mises en oeuvre

Enseignement magistral.

L'exposé se construit de la manière suivante :

- Situation des mouvements selon un cadre historique et social.
- Observation et identification des œuvres.
- Analyse et décodage de la signification (des significations) des oeuvres.

- Activités particulières

Visites de musées (collections permanentes et expositions temporaires)

Travaux de synthèse à partir d'un thème ou d'une période définie.

- Supports pédagogiques

Projection de diapositives

Tableau

- Matériel indispensable dont l'étudiant doit être muni pour suivre le cours

- Principales sources du titulaire

Michael Tambini, Le look du siècle, Editions Hors Collection, 1997.

Stéphane Laurent, Chronologie du Design, Flammarion, Tout l'art-Encyclopédie, 1999

Peter Gössel, Gabriele Leuthäuser et Klaus-Jürgen Sembach, Le design du meuble au XXème siècle, Taschen, 1995

Design 1950-2000, la collection Liliane et David M.Stewart, Flammarion, 2000

Sites internet « google » « insecula » « wikipedia » « artencyclopedia ».

- Principales références documentaires à l'usage de l'étudiant

Michael Tambini, Le look du siècle, Editions Hors Collection, 1997.

Stéphane Laurent, Chronologie du Design, Flammarion, Tout l'art-Encyclopédie, 1999

Peter Gössel, Gabriele Leuthäuser et Klaus-Jürgen Sembach, Le design du meuble au XXème siècle, Taschen, 1995

Design 1950-2000, la collection Liliane et David M.Stewart, Flammarion, 2000

Sites internet « google » « insecula » « wikipedia » « artencyclopedia ».

Section : baccalauréat en publicité

Option : agencement de l'espace

Année d'études : 2

Intitulé : Notions de base du dessin

Nombre de crédits : 5

Volume (en heures/an) : 60

Enseignement : Techniques graphiques

Cours obligatoire

1. Contenus

- Prérequis :

- Pour pouvoir aborder et suivre ce cours, l'étudiant doit être capable de :
- savoir dessiner en respectant les proportions des corps humains et des objets;
- savoir utiliser des techniques de base : la mine de plomb, le fusain, le bic, le collage.

- Objectifs du cours :

Acquérir une maîtrise suffisante des techniques liées au croquis d'après modèle et au travail de l'image, pour permettre la réalisation globale de tout un projet.

- Compétences attendues en fin de cours :

- À la fin du cours, l'étudiant sera capable de :
- savoir travailler avec de nombreux outils utilisés en dessin.
- savoir travailler la composition, le cadrage, la mise en page.
- connaître plusieurs techniques d'illustration et de croquis.
- compréhension et utilisation cohérente de l'image sous différentes formes.

- Contenus :

Travail sur des thèmes, travail de synthèse, étude du cadrage, travail en un temps donné, apprentissage de techniques diverses, travail en collaboration avec d'autres cours, ...

- Mots-clés :

Croquis - illustration - affiche - modèle vivant - image - dessin - photo

2. Aspects méthodologiques

- Méthodes d'enseignement et d'apprentissage mises en oeuvre

Enseignement de proximité (laboratoire, atelier, ...)
Travail en extérieur

- Activités particulières

Visites de milieux professionnels
Visites d'expositions, de salons, musées

- Supports pédagogiques

Expériences
Livres et images imprimées de toutes sortes
Tableau
Projecteur numérique

- Matériel indispensable dont l'étudiant doit être muni pour suivre le cours

blocs de dessin
crayon mine de plomb HB 2B 4B
crayon fusain
taille crayon
gomme crayon
gomme fusain
marqueur pinceau
ciseau
colle en bâton
blocs de papier A3 - minimum 90 gr
blocs de papier A4 - minimum 90 gr
Trousse pour le matériel

- Principales sources du titulaire

les expositions
les musées
le cinéma
le théâtre
les lectures diverses
la presse écrite
Le papier - P-M De Biasi - Découverte Gallimard - 1999
Anatomie humaine à l'usage des artistes - G. Fehér - Könemann - 2000
Dictionnaire technique et critique du dessin - André Béguin - Vander - 1995
L'Art de la couleur - Johannes Itten - Dessin & Tolra - 1977

Section : baccalauréat en publicité

Option : agencement de l'espace

Année d'études : 2

- Principales références documentaires à l'usage de l'étudiant

les expositions

les musées

le cinéma

le théâtre

les lectures diverses

la presse écrite

Les motifs de la création - L. Oei & C. De Kegel - Thames & Hudson

Bon baisers de New York - Art Spiegelman - Flammarion - 2003

Section : baccalauréat en publicité

Option : agencement de l'espace

Année d'études : 2

Intitulé : Typographie

Nombre de crédits : 2

Volume (en heures/an) : 15

Enseignement : Techniques graphiques

Cours obligatoire

1. Contenus

- Prérequis :

Néant

- Objectifs du cours :

Permettre aux étudiants d'effectuer des recherches en typographie.

- Compétences attendues en fin de cours :

A la fin du cours, l'étudiant sera capable de créer des contenus typographiques expérimentaux.

- Contenus :

Analyse de différentes typographies expérimentales

La typographie comme image

La typographie comme élément structurant d'une page

- Mots-clés :

Typographie, mise en page, lettre, lay-out, gris typographique

2. Aspects méthodologiques

- Méthodes d'enseignement et d'apprentissage mises en oeuvre

Enseignement magistral

Séminaire

- Activités particulières

Visites d'expositions, de salons, ...

- Supports pédagogiques

Dessins de caractères

Affiches

Dias, vidéo, films

- Matériel indispensable dont l'étudiant doit être muni pour suivre le cours

Néant

- Principales sources du titulaire

Une vie consacrée à l'écriture typographique - Adrian Frutiger - Perrousseau-2004

L'histoire du livre, des origines à nos jours - Philippe Marengo, Collectif - Atelier de reliure d'art de l'université de Toulouse-Le Mirai-2004

Les Didot : Trois siècles de typographie et de bibliophilie, 1698-1998 - André Jammes, Françoise Courbage, Bibliothèque historique de la ville de Paris - Paris Bibliothèques-1998

La Typographie expérimentale - Teal Triggs - Thames & Hudson-2004

Le prêt-à-clicher : Typographie et mise en pages - Marc Arabyan - L'Harmattan-2000

Typo du 20ème siècle - Lewis Blackwell, Claire Desserey - Flammarion-2004

Lexique des règles typographiques en usage à l'imprimerie nationale - Collectif - Imprimerie Nationale-2002

Typographie : Art nouveau - Collectif - L'Aventurine-1999

Typographie, du plomb au numérique - Fabienne Siegwart, Jean-Luc Dusong - Dessain et Tolra-2003

Manuel de typographie et de mise en page - François Richaudeau, Olivier Binisti - Retz-2005

Typographie, guide pratique - Damien Gautier - Pyramyd-2001

Livre et typographie - Jan Tschichold - Allia-1999

<http://www.planete-typographie.com/>

<http://www.typographie.org/>

<http://www.dsi.univ-paris5.fr/typo.html>

<http://abc.planete-typographie.com/>

<http://www.ec-nantes.fr/Materiaux/Textes/TypoGB.html>

<http://users.skynet.be/typographie/Lx.html>

- Principales références documentaires à l'usage de l'étudiant

Néant

Section : baccalauréat en publicité

Option : agencement de l'espace

Année d'études : 2

Intitulé : Communication publicitaire

Nombre de crédits : 4

Enseignement : Techniques publicitaires

Volume (en heures/an) : 45

Cours obligatoire

1. Contenus

- Prérequis :

- Pour pouvoir aborder et suivre ce cours, l'étudiant doit être capable de :
- maîtriser le vocabulaire de base
- avoir des bases en communication publicitaire.

- Objectifs du cours :

- Voir les différents aspects de la communication
- Savoir vendre un produit, savoir se vendre

- Compétences attendues en fin de cours :

- A la fin du cours, l'étudiant sera capable de :
- avoir une certaine aisance à s'exprimer en public
- vendre un produit

- Contenus :

- Préparation de dossiers et exposés
- Les aspects de la communication
- Acquérir une aisance à s'exprimer en public

- Mots-clés :

- Communication
- Publicité
- Expression

2. Aspects méthodologiques

- Méthodes d'enseignement et d'apprentissage mises en oeuvre

- Enseignement de proximité
- Enseignement magistral

- Activités particulières

- Exposés

- Supports pédagogiques

- Expériences
- Recherches et assimilation d'informations récentes

- Matériel indispensable dont l'étudiant doit être muni pour suivre le cours

- Accès à Internet et bibliothèque pour les recherches
- Trousse de matériel

- Principales sources du titulaire

- Média - Marketing - Magazine
- Tout connaître sur la publicité – Franck Meesters – Alain Zalman – Stratégies
- La communication par l'image
- Articles de presse
- Docs sur Internet
- Les métiers de la communication – Editions Stratégies

- Principales références documentaires à l'usage de l'étudiant

- Voir références sources titulaire
- Articles de presse

Section : baccalauréat en publicité

Option : agencement de l'espace

Année d'études : 2

Intitulé : Création graphique publicitaire

Nombre de crédits : 10

Enseignement : Techniques publicitaires

Volume (en heures/an) : 105

Cours obligatoire

1. Contenus

- **Prérequis :**
- **Objectifs du cours :**
 - Mise en pratique des différents mécanismes publicitaires et graphiques
 - Développer un esprit créatif et un sens critique
 - Donner un sens à l'image graphique
- **Compétences attendues en fin de cours :**

L'étudiant doit être capable de :

 - développer les connaissances graphiques
 - acérer l'œil à l'environnement visuel quotidien
 - développer leur sens créatif face à un produit ou un service
- **Contenus :**
 - Développement créatif et recherches graphiques
 - Réalisation de logotypes, image de marque, sigle et pictogramme
 - Réalisation et mise en page d'annonces magazines, dépliants et affiches
 - Recadrage de différents formats d'annonces
 - Story board
- **Mots-clés :**

Design, graphique, lay-out, rough, typographie, mise en page, print, logotype,...

2. Aspects méthodologiques

- **Méthodes d'enseignement et d'apprentissage mises en oeuvre**

Méthode de proximité
- **Activités particulières**

Visites d'expositions, de salons...
Participation au Work Shop du Festival de Chaumont
- **Supports pédagogiques**

Dias, vidéo, films
Bibliothèque, vidéothèque, médiathèque, magazines
- **Matériel indispensable dont l'étudiant doit être muni pour suivre le cours**

Trousse scolaire, book A5, marqueurs et papier lay-out
- **Principales sources du titulaire**

Principales sources du titulaire
Identités graphiques et culturelles - Editions Pyramyd ISBN 2-35017-022-5
Typo-graphisme - Editions Pyramyd ISBN 2-910565-06-8
Sites Internet :
<http://www.etapes.com>
<http://www.mm.be>
<http://www.pyramyd-editions.com/>
<http://www.commarts.com>
- **Principales références documentaires à l'usage de l'étudiant**

Etapes - Editions Pyramyd
Le guide de la communication - F. Meesters/A. Zalman - Stratégies
Fils de pub - Jacques Seguéla - Flammarion
Sites Internet :
<http://www.etapes.com>
<http://www.mm.be>
<http://www.pyramyd-editions.com/>
<http://www.commarts.com>

Section : baccalauréat en publicité

Option : agencement de l'espace

Année d'études : 2

Intitulé : Lay-out composition

Nombre de crédits : 5

Volume (en heures/an) : 45

Enseignement : Techniques publicitaires

Cours obligatoire

1. Contenus

- Prérequis :

Pour pouvoir aborder et suivre ce cours, l'étudiant doit être capable de :
savoir maîtriser les bases du dessin, perspective, techniques feutres vus en 1ère année.

- Objectifs du cours :

- Acquérir une maîtrise suffisante des techniques lay-out liées au croquis d'après modèle et au travail de l'image afin de permettre la réalisation globale d'un projet.

- Mettre ses idées sur papier de manière rapide et schématique

- Création de visuels publicitaires

- Compétences attendues en fin de cours :

À la fin du cours, l'étudiant sera capable de :

- travailler la composition, le cadrage, la mise en page

- compréhension et utilisation cohérente de l'image sous différentes formes.

- créer des compositions à but publicitaire

- rendus, textures

- Contenus :

Travail sur des thèmes, étude du cadrage, travail en un temps donné, travail en collaboration avec d'autres cours,...

- Mots-clés :

Lay out - croquis - illustration - image - cadrage - mise en page

2. Aspects méthodologiques

- Méthodes d'enseignement et d'apprentissage mises en oeuvre

Enseignement de proximité (laboratoire, atelier,...)

Travail en extérieur

- Activités particulières

Visites d'expositions, de salons

- Supports pédagogiques

Expériences personnelles

Livres et supports visuels, produits de consommation

Exemples de travaux à réaliser

- Matériel indispensable dont l'étudiant doit être muni pour suivre le cours

Assortiment de marqueurs AD, Tria ou Touch, + autres outils

Feuilles de papier lay-out A4 et A3

Marqueur pinceau

- Principales sources du titulaire

Les expositions

Les lectures diverses

Revue de graphisme

L'art de la couleur - Johannes Itten - Dessin et Tolra - 1977

Initiation aux feutres, Fleurus

La Couleur et ses accords - Robert Montchaud, Fleurus

Colour index, Jim Krause, David & Charles

- Principales références documentaires à l'usage de l'étudiant

Les expositions

Les lectures diverses

Ouvrages et magazines en bibliothèque : MédiaMarketing, Publicity...

Section : baccalauréat en publicité

Option : agencement de l'espace

Année d'études : 2

Intitulé : Médias

Nombre de crédits : 3

Volume (en heures/an) : 45

Enseignement : Techniques publicitaires

Cours obligatoire

1. Contenus

- Prérequis :

Connaître les différents médias.

- Objectifs du cours :

- Comprendre les différents médias
- S'exprimer en public

- Compétences attendues en fin de cours :

- Connaître les différents médias et leurs aspects
- Connaissance des tarifs et démarches

- Contenus :

- Analyse des divers médias et choix de celui qui est le plus adapté pour le produit à vendre
- Exercices pratiques

- Mots-clés :

TV, radio, internet, produit,...

2. Aspects méthodologiques

- Méthodes d'enseignement et d'apprentissage mises en oeuvre

Enseignement de proximité et magistral.

- Activités particulières

Exposés

- Supports pédagogiques

Beaucoup de recherches et assimilation d'informations récentes.

- Matériel indispensable dont l'étudiant doit être muni pour suivre le cours

- Ordinateur
- Trousse

- Principales sources du titulaire

- Média marketing magazine
- La communication par l'image – Repères pratiques

- Principales références documentaires à l'usage de l'étudiant

Voir références du professeur.

Section : baccalauréat en publicité

Option : agencement de l'espace

Année d'études : 2

Intitulé : Notions d'infographie

Nombre de crédits : 3

Volume (en heures/an) : 30

Enseignement : Techniques publicitaires

Cours obligatoire

1. Contenus

- Prérequis :

- Pour pouvoir aborder et suivre ce cours, l'étudiant doit être capable de :
- Avoir une bonne connaissance dans l'utilisation d'un Mac ou d'un PC.
- Connaître les deux principaux logiciels vus en 1ère année, à savoir : Adobe®Photoshop, Adobe®Illustrator et ce dans leurs aspects essentiels (Philosophie générale – Quelle utilité à quel moment) ainsi que dans les palettes outils.

- Objectifs du cours :

- Application des différentes connaissances des logiciels afin de pouvoir répondre aux exigences du cours de Publicité (Synergie avec ce cours).
- Connaissance des étapes de la chaîne graphique et anticipation du travail en fonction du type de sortie.
- Synergie des logiciels concernés (fonctionnement et compatibilité entre les logiciels).
- Apprentissage du logiciel Indesign.

- Compétences attendues en fin de cours :

- A la fin du cours, l'étudiant sera capable de :
- utiliser à bon escient les différents moyens mis à sa disposition pour qu'un document puisse être imprimé correctement.
 - mener à bien une discussion professionnelle avec un imprimeur dans le cas où le document pose un problème dans sa réalisation du "pré-presse" afin de trouver la meilleure solution d'impression (Qualité-Prix).

- Contenus :

- Manipulation des différentes fonctions du logiciel Indesign
- Synergie des logiciels concernés (fonctionnement et compatibilité entre les logiciels)
- Compatibilité avec les utilisateurs de PC et Macintosh.
- A partir des travaux publicitaires, les étudiants auront des solutions individuelles à régler.
- Notions théorique et pratique du "pré-presse".
- La chaîne graphique et le procédé offset.
- Système RVB & CMJN.
- Préparation de la maquette dans QuarkXPress Indesign.
- Tons directs et quadrichromie.

- Mots-clés :

Quadrichromie, couche alpha, chaîne graphique, vectoriel, ton direct, habillage, détourage, typographie, feuille de style, rassemblement.

2. Aspects méthodologiques

- Méthodes d'enseignement et d'apprentissage mises en oeuvre

- Cours en ligne
- Enseignement de proximité (laboratoire, atelier, ...)
- Enseignement magistral

- Activités particulières

Visites de milieux professionnels
Visites d'expositions, de salons, Ö...

- Supports pédagogiques

Projecteurs numérique
Son amplifié (micro sans fil)
Dias, vidéo, films
Expériences
Logiciel
Tableau

- Matériel indispensable dont l'étudiant doit être muni pour suivre le cours

Clef USB min. 512Mo

- Principales sources du titulaire

- Photoshop, Guide de la correction de couleur - Tout l'art de maîtriser la qualité des couleurs dans les images numériques -Michael Kieran - Edition First Interactive
- Adobe Illustrator CS - Collection Adobe Press
- La Chaîne graphique, pré-presse, impression, finition - Kaj Johansson, Peter Luindberg et Robert Ryberg - Edition Eyrolles
- Quark Xpress 6,0 - Loïc Fieux - Edition Campus-Press
- Photoshop pour les photographes - Manuel de formation pour les professionnels de l'image - Principales références documentaires à l'usage de l'étudiant.

Section : baccalauréat en publicité

Option : agencement de l'espace

Année d'études : 2

- Principales références documentaires à l'usage de l'étudiant

- Adobe Illustrator CS - Collection Adobe Press
- La Chaîne graphique, prépresse, impression, finition - Kaj Johansson, Peter Luindberg et Robert Ryberg - Edition Eyrolles, Paris 2002, ISBN : 2-212-11336-6
- Photoshop pour les photographes - Manuel de formation pour les professionnels de l'image; par Martin Evening aux Editions Eyrolles, 2002 Paris. ISBN : 2-212-09290-3
- Photoshop, Guide de la correction de couleur - Tout l'art de maîtriser la qualité des couleurs dans les images numériques -Michael Kieran - Edition First Interactive. ISBN : 2-844-27418-8
- Quark Xpress 6,0 - Loïc Fieux - Edition Eyrolles, ISBN : 2-7440-2153-9

Section : baccalauréat en publicité

Option : agencement de l'espace

Année d'études : 2

Intitulé : Photographie/multimédia

Nombre de crédits : 3

Enseignement : Techniques publicitaires

Volume (en heures/an) : 45

Cours obligatoire

1. Contenus

- Prérequis :

- Pour pouvoir aborder et suivre ce cours, l'étudiant doit être capable de :
- réaliser des photos en anticipant sur le résultat final
- utiliser un panneau réflecteur
- rechercher des exemples chez les photographes de renom avant de commencer un travail
- présenter 2 agrandissements de qualité qu'il estime réussis pour un thème imposé
- effectuer des retouches simples

- Objectifs du cours :

- Produire des documents photographiques en collaboration avec les autres cours et présenter avec soin des travaux de qualité dont la manipulation est aisée (photos, fichiers...) en fonction de divers médias
- Réaliser des pack shot
- Développer des compétences professionnelles (recherche de partenaires, planification)

- Compétences attendues en fin de cours :

- réaliser des packshot simples
- fournir les photographies sur un support adéquat en fonction du ou des médias proposés
- intégrer les notions apprises en fonction des différents cours de la spécialité
- établir une évaluation probable du coût de la production demandée
- évaluer sa production en fonction du degré de la prise en compte des contraintes externes (décors, éclairage), la personnalisation des images obtenues, la planification des démarches effectuées.

- Contenus :

- le matériel photographique publicitaire
- méthodologie du projet photographique en fonction des différents médias
- réalisation de pack shot simples
- utilisation du flash électronique
- les ressources des différents logiciels d'exploitation d'image et de création de site
- la photographie en pose lente
- notion de droit "de" l'image - Notion de droit d'auteur Multimédia
- prise en compte des contraintes externes
- évaluer sa propre production en fonction des impositions multimédia

- Mots-clés :

Flash électronique, utilisation
Pack shot / Portfolio
Chambre technique
Interactivité, audiovisuel, photographie

2. Aspects méthodologiques

- Méthodes d'enseignement et d'apprentissage mises en oeuvre

Enseignement de proximité (laboratoire, atelier, ...)
Frontal pour commencer, puis démonstration et mise en pratique, travail individuel de studio et de laboratoire (argentique et numérique).

- Activités particulières

Visites de milieux professionnels
A voir en collaboration avec les cours annexes

- Supports pédagogiques

Revue mensuelles
Réalisation photographiques issues de milieux professionnels
Syllabus
Tableau

- Matériel indispensable dont l'étudiant doit être muni pour suivre le cours

Appareil photo, un crayon, un carnet de prises de notes, un agenda, carnet d'adresses
Trousse de matériel

- Principales sources du titulaire

www.photo imaging.be / revues Grain Pixel, Photomedia News, Chasseur d'image, Salons professionnels, workshop dans des domaines précis, cours de vidéo numérique et cours d'initiation à la photographie numérique + photoshop CS.
Contact avec les professionnels et bibliothèque de l'école de photographie de la ville de Bruxelles.
Elements de technologie pour comprendre la photographie - CAP Français - VM-Mis à jour.
Encyclopedie Kodak de la photographie en 10 volumes - Eastman Kodak Company - Erasme/Belgique-1981.
Livre photoshop des photographes numériques - Scott Kelby - Campus Presse-2003
Techniques professionnelles de l'éclairage - J.Marchesi - Verlag-1988.
Dictionnaire des Médias - Francis Balle - Larousse/Bordas-1998

Section : baccalauréat en publicité

Option : agencement de l'espace

Année d'études : 2

- Principales références documentaires à l'usage de l'étudiant

Guides microapp. (blogs, sites, flash...)

Revue des firmes, chasseur des images, revues spécialisées en publicité

Eclairages simples - Hicks et Schultz -VM-1995

www.photoimaging.be

Section : baccalauréat en publicité

Option : agencement de l'espace

Année d'études : 2

Intitulé : Publication assistée par ordinateur (PAO)

Nombre de crédits : 5

Volume (en heures/an) : 60

Enseignement : Techniques publicitaires

Cours obligatoire

1. Contenus

- Prérequis :

Aucun

- Objectifs du cours :

Apprentissage approfondis des programmes :

- Adobe Illustrator pour la création de dessins vectoriels

- Adobe Photoshop pour l'image

- Compétences attendues en fin de cours :

L'étudiant doit être capable de :

- connaître le vocabulaire et les raccourcis

- appliquer ces notions et celles du cours d'infographie aux différents travaux et projets de création graphique et publicitaire.

- Contenus :

Découverte de l'interface InDesign

ILLUSTRATOR

Les calques

Création d'objets vectoriels

La modification des objets

La couleur,

Le texte

Les éléments en pixels

Finalisation d'un document

Notions de 3D

PHOTOSHOP

Les bases de la colorimétrie

Réglage de l'image

Travail sur les sélections

La retouche d'images

L'utilisation des calques

Travail sur le texte

Les formats d'enregistrements et d'exportation

Production

- Mots-clés :

Illustrator, Photoshop, dessin vectoriel, menu, outils, palette,...

2. Aspects méthodologiques

- Méthodes d'enseignement et d'apprentissage mises en oeuvre

Magistral et de proximité

- Activités particulières

Visites d'expositions, de salons,...

- Supports pédagogiques

Illustrator CS2 pour les nuls - Ted Alspash et Matt LeClair First Editions

Photoshop pour les nuls - Peter Bauer First Editions

Mac OSX pour les nuls - First Editions

Bibliothèque, magazines

- Matériel indispensable dont l'étudiant doit être muni pour suivre le cours

Ordinateur avec Photoshop, Illustrator, InDesign

- Principales sources du titulaire

Illustrator 9 pour les nuls - Ted Alspash et Matt LeClair First Editions

Photoshop pour les nuls - Peter Bauer First Editions

Mac OSX pour les nuls - First Editions

Sites Internet :

<http://www.etapes.com>

<http://www.mm.be>

<http://www.pyramyd-editions.com/>

<http://www.commarts.com>

Section : baccalauréat en publicité

Option : agencement de l'espace

Année d'études : 2

- Principales références documentaires à l'usage de l'étudiant

Bibliothèque Ferrer

Illustrator CS2 pour les nuls - Ted Alspash et Matt LeClair First Editions

Photoshop pour les nuls - Peter Bauer First Editions

Mac OSX pour les nuls - First Editions

Sites Internet :

<http://www.etapes.com>

<http://www.mm.be>

<http://www.pyramyd-editions.com/>

<http://www.commarts.com>

Section : baccalauréat en publicité

Option : agencement de l'espace

Année d'études : 2

Intitulé : Publicité dans les lieux de vente

Nombre de crédits : 2

Volume (en heures/an) : 30

Enseignement : Techniques publicitaires

Cours obligatoire

1. Contenus

- Prérequis :

Avoir des notions de mise en page.

- Objectifs du cours :

- Etre capable de créer des publicités pour les lieux de vente
- Créer des visuels informatifs et publicitaires pour les clients

- Compétences attendues en fin de cours :

Etre capable de créer des visuels, des publicités et des publicités informatives pour les lieux de vente en tenant compte de la ligne ou du style de la surface.

- Contenus :

Créer des éléments publicitaires et informatifs à installer sur les lieux de vente.

- Mots-clés :

- Publicité
- Vente
- Accueil
- Information
- Balisage

2. Aspects méthodologiques

- Méthodes d'enseignement et d'apprentissage mises en oeuvre

- Analyse de visuels existants
- Enseignement de proximité

- Activités particulières

- Visites d'expositions
- Salons

- Supports pédagogiques

-Reportages photos en lien avec les thèmes proposés.

- Matériel indispensable dont l'étudiant doit être muni pour suivre le cours

- Ordinateur
- Matériel de montage
- Matériel de découpes

- Principales sources du titulaire

- Tout connaître sur la publicité – Franck Meesters – Alain Zalman - Stratégie
- New pop design 2, Agency et production
- Publicité et packaging, Poppy Evans, Eyrolles
- Pckaging , JJ Urvoy et Sophie Sanchez, Eyrolles

- Principales références documentaires à l'usage de l'étudiant

Voir références du professeur

Section : baccalauréat en publicité

Option : agencement de l'espace

Année d'études : 2

Intitulé : Etalage

Nombre de crédits : 6

Volume (en heures/an) : 60

Enseignement : Agencement de l'espace

Cours obligatoire

1. Contenus

- Prérequis :

- Maîtrise du dessin d'agencement
- Notions de base de la perspective
- Intérêt pour les volumes et la gestion de l'espace

- Objectifs du cours :

- Agencement de divers espaces
- Mise en valeur des produits pour des surfaces définies
- Développer et réaliser des décors "vendeurs"

- Compétences attendues en fin de cours :

- Etre capable de créer des perspectives d'agencement d'espaces
- Imaginer des étalages, des stands et échoppes événementiels
- Etre capable d'imaginer et installer des décors dans le but de mettre en valeur des produits

- Contenus :

- Divers exercices pratiques
- Recherches de couleurs, matériaux, tendances
- Réalisation d'étalages
- Analyses d'étalages et stands existants
- Reportages photos
- Agencement d'espaces

- Mots-clés :

Etalages, stands, décoration, tendances, design, blender

2. Aspects méthodologiques

- Méthodes d'enseignement et d'apprentissage mises en oeuvre

Enseignement de proximité
Agencement d'étalages en taille réelle

- Activités particulières

- Visites de divers salons comme « intérieur » à Courtrai, Cocoon
- Visites d'expositions

- Supports pédagogiques

- Photos, documentation diverse.

- Matériel indispensable dont l'étudiant doit être muni pour suivre le cours

- Matériel de recherche
- Ordinateur
- Feutres
- Documentation selon sujet
- Matériel spécifique à chaque sujet et selon les techniques d'expression de l'étudiant.

- Principales sources du titulaire

- Stratégie de la vitrine, Ed. Taschen
- Photos d'étalages et stands
- Réf catalogue de matériel pour bricolage et décoration
- Esthétique commerciale : design & identité - Johnny Tucker éd. Pyramid
- Cool shops Hog Kong - Katharina Fever, Te Neves
- Vitrines Mary Portas, Thames & Hudson
- La décoration intérieure au Xxe siècle - Anne Massey, Thames & Hudson

- Principales références documentaires à l'usage de l'étudiant

- Voir professeur
- Photographies
- Observation des tendances
- Magazines de déco

Section : baccalauréat en publicité

Option : agencement de l'espace

Année d'études : 3

Intitulé : Anglais

Nombre de crédits : 3

Enseignement : Langues

Volume (en heures/an) : 30

Cours obligatoire

1. Contenus

- Prérequis :

Néant

- Objectifs du cours :

Familiariser davantage les étudiants avec le langage et l'anglais de la publicité et développer les aptitudes de communication dans cette langue étrangère.

- Compétences attendues en fin de cours :

- Lecture autonome et compréhension fine de slogans anglais ou américains authentiques en rapport avec le monde du travail ainsi qu'avec les métiers de la publicité.

- Compréhension plus détaillée d'un message oral authentique.

- Production orale (explications de spots TV, simulation d'un entretien d'embauche, savoir répondre en anglais au téléphone dans un contexte professionnel).

- Contenus :

Exploitation des 4 aptitudes linguistiques principalement autour des thèmes de la publicité, de la communication et du monde du travail. Commentaires et synthèses orales des textes.

- Mots-clés :

2. Aspects méthodologiques

- Méthodes d'enseignement et d'apprentissage mises en oeuvre

Enseignement magistral

Enseignement de proximité

- Activités particulières

Visites d'expositions..

- Supports pédagogiques

Tableau, transparents, photocopies

- Matériel indispensable dont l'étudiant doit être muni pour suivre le cours

A définir par le titulaire du cours au début de l'année académique.

- Principales sources du titulaire

A définir par le titulaire du cours en accord avec les autres enseignants de la section.

- Principales références documentaires à l'usage de l'étudiant

A définir par le titulaire du cours en accord avec les autres enseignants de la section.

Section : baccalauréat en publicité

Option : agencement de l'espace

Année d'études : 3

Intitulé : Notions juridiques et économiques

Nombre de crédits : 2

Volume (en heures/an) : 15

Enseignement : Droit - Economie - Gestion

Cours obligatoire

1. Contenus

- Prérequis :

Néant

- Objectifs du cours :

- Comprendre les enjeux du marketing tant au niveau national et international;
- Prendre conscience de l'influence du marketing dans le cadre de la future profession de l'étudiant;
- Permettre à l'étudiant de se familiariser avec les notions de bases du marketing et de la communication des entreprises.

- Compétences attendues en fin de cours :

A la fin du cours, l'étudiant sera capable de :

- maîtriser le vocabulaire spécifique au marketing et à la communication de l'entreprise;
- prendre conscience de l'influence possible du marketing sur leur future activité professionnelle.

- Contenus :

- Notions fondamentales, contrat achat-vente, marketing-mix
- Politique du produit, y compris les droits intellectuels (droit de marque, droit d'auteur...)
- Politique des prix, y compris les notions de prix de revient, marge, vente à perte
- Politique de distribution, réseaux de distribution, localisation des marchandises dans l'espace de vente et dans les rayons.
- Politique de communication, y compris promotion des ventes, promotion sur le lieu de vente, Médias
- Stratégie marketing

Dans le cadre du cours, des nombreux cas seront présentés pour illustrer chaque partie du cours. Chaque cas étudié est lié à la future activité professionnelle des étudiants.

- Mots-clés :

Marketing, cycle de vie du produit, marché, cible, campagne, communication, marque

2. Aspects méthodologiques

- Méthodes d'enseignement et d'apprentissage mises en oeuvre

Enseignement magistral
Enseignement de proximité (laboratoire, atelier, ...)
Etudes de cas

- Activités particulières

Visites de milieux professionnels
Visites d'expositions, de salons, ...

- Supports pédagogiques

Tableau
Présentation Power Point
Transparents
Dias, vidéo, films

- Matériel indispensable dont l'étudiant doit être muni pour suivre le cours

Syllabus
Dictionnaire

- Principales sources du titulaire

Marketing management, KOTLER, DUBOIS, Publi-Union (10^e édition)
Le marketing des arts et de la culture, COLBERT F., G. Morin Edition 2001

- Principales références documentaires à l'usage de l'étudiant

Marketing management, KOTLER, DUBOIS, Publi-Union (10^e édition)
Le marketing des arts et de la culture, COLBERT F., G. Morin Edition 2001
Notes de cours
Etudes de cas : Aubade, L'Oréal, Levis, Quicksilver, Zara, Spa, etc

Section : baccalauréat en publicité

Option : agencement de l'espace

Année d'études : 3

Intitulé : Création graphique publicitaire

Nombre de crédits : 7

Volume (en heures/an) : 90

Enseignement : Techniques publicitaires

Cours obligatoire

1. Contenus

- Prérequis :

- Objectifs du cours :

- Préparation au milieu professionnel
- Mise en pratique des différents mécanismes publicitaires et graphiques
- Développer un esprit créatif et un sens critique
- Connaissance approfondie des logiciels info nécessaires à la création
- Analyse et réflexion sur un produit ou une campagne publicitaire

- Compétences attendues en fin de cours :

L'étudiant doit être capable de :

- une prise en charge totale d'un projet
- développer leur sens créatif face à un produit ou un service
- une maîtrise de tous les programmes (Photoshop, Illustrator et Indesign)

- Contenus :

- Réalisation de concept, chartes graphiques
- Développement créatif et recherches graphiques
- Réalisation de logotypes, image de marque, sigle et pictogramme
- Réalisation et mise en page d'annonces magazines, dépliants et affiches
- Recadrage de différents formats d'annonces
- Story board
- Défense orale des idées et des travaux
- Projet de fin d'études

- Mots-clés :

Design graphique, lay-out, rough, typographie, mise en page, print, logotype...

2. Aspects méthodologiques

- Méthodes d'enseignement et d'apprentissage mises en oeuvre

Méthode de proximité

- Activités particulières

Visites d'expositions, de salons,...

- Supports pédagogiques

Dias, vidéo, films

Bibliothèque, vidéothèque, médiathèque, magazines

- Matériel indispensable dont l'étudiant doit être muni pour suivre le cours

Trousse scolaire, book A5, marqueurs et papier lay-out

- Principales sources du titulaire

Identités graphiques et culturelles - Editions Pyramyd ISBN 2-35017-022-5

Typo-graphisme - Editions Pyramyd ISBN 2-910565-06-8

Sites Internet :

<http://www.etapes.com>

<http://www.mm.be>

<http://www.pyramyd-editions.com/>

<http://www.commarts.com>

- Principales références documentaires à l'usage de l'étudiant

Bibliothèque Ferrer

Etapes - Editions Pyramyd

Sites Internet :

<http://www.etapes.com>

<http://www.mm.be>

<http://www.pyramyd-editions.com/>

<http://www.commarts.com>

Section : baccalauréat en publicité

Option : agencement de l'espace

Année d'études : 3

Intitulé : Lay-out composition

Nombre de crédits : 4

Volume (en heures/an) : 60

Enseignement : Techniques publicitaires

Cours obligatoire

1. Contenus

- Prérequis :

Pour pouvoir aborder et suivre ce cours, l'étudiant doit être capable de : savoir maîtriser les techniques du dessin au lay-out.

- Objectifs du cours :

Avoir assez de connaissances dans le domaine du dessin lay-out pour affronter le monde du travail dans le domaine de la publicité et l'étalage.

- Compétences attendues en fin de cours :

À la fin du cours, l'étudiant sera capable de : maîtriser un travail complet de l'image dans toutes ces étapes.

- Contenus :

Travail de dessin et d'illustration, pour adulte comme pour enfant, dans tous les domaines liés à la publicité.

- Mots-clés :

Croquis - illustration - affiches - image - lay out - mise en page.

2. Aspects méthodologiques

- Méthodes d'enseignement et d'apprentissage mises en oeuvre

Enseignement de proximité (laboratoire, atelier,...)
Travail en extérieur

- Activités particulières

Visites d'expositions, de salons, de musées.

- Supports pédagogiques

Expériences
Livres et images imprimées de toutes sortes
Exemples de travaux à réaliser
Tableau

- Matériel indispensable dont l'étudiant doit être muni pour suivre le cours

Assortiment de marqueurs AD, Tria ou Touch
Feuilles de papier lay out A4 et A3
Marqueur pinceau

- Principales sources du titulaire

Les expositions
Les lectures diverses
Revue de graphismes
L'art de la couleur - Johannes Itten - Dessin et Tolra - 1977
Anatomie humaine à l'usage des artistes - G. Fehér - Könemann - 2000
Dictionnaire technique et critique du dessin - André Béguin - Vander - 1995

- Principales références documentaires à l'usage de l'étudiant

Les expositions
Les lectures diverses
Ouvrages et magazines en bibliothèque : MédiaMarketing, Publicity...

Section : baccalauréat en publicité

Option : agencement de l'espace

Année d'études : 3

Intitulé : Publication assistée par ordinateur (PAO)

Nombre de crédits : 4

Volume (en heures/an) : 45

Enseignement : Techniques publicitaires

Cours obligatoire

1. Contenus

- Prérequis :

- Objectifs du cours :

- Apprentissage approfondi du programme Adobe InDesign
- Préparation au stage en entreprise

- Compétences attendues en fin de cours :

L'étudiant doit être capable de :

- connaître le vocabulaire et les raccourcis
- appliquer ces notions et celles du cours d'infographie aux différents travaux et projets de création graphique et publicitaire.

- Contenus :

INDESIGN

Le document

Les objets

Les couleurs et les effets

Le texte

Les images

La préparation à l'impression

ILLUSTRATOR

Les calques

Création d'objets vectoriels

La modification des objets

La couleur

Le texte

Les éléments en pixels

Finalisation d'un document

Notions de 3D

PHOTOSHOP

Les bases de la colorimétrie

Réglage de l'image

Travail sur les sélections

La retouche d'images

L'utilisation des calques

Travail sur le texte

Les formats d'enregistrements et d'exportation

Production

- Mots-clés :

Illustrator, Photoshop, InDesign, dessin vectoriel, menu, outils, palette,...

2. Aspects méthodologiques

- Méthodes d'enseignement et d'apprentissage mises en oeuvre

Magistral et de proximité

- Activités particulières

Visites d'expositions, de salons,...

- Supports pédagogiques

Illustrator CS2 pour les nuls - Ted Alspash et Matt LeClair First Editions

Photoshop pour les nuls - Peter Bauer First Editions

Mac OSX pour les nuls - First Editions

Bibliothèque, magazines

- Matériel indispensable dont l'étudiant doit être muni pour suivre le cours

Ordinateur avec Photoshop, Illustrator, InDesign.

- Principales sources du titulaire

Illustrator CS2 pour les nuls - Ted Alspash et Matt LeClair First Editions

Photoshop pour les nuls - Peter Bauer - First Editions

Mac OSX pour les nuls - First Editions

Sites Internet :

<http://www.etapes.com>

<http://www.mm.be>

<http://www.pyramyd-editions.com/>

<http://www.commarts.com>

Section : baccalauréat en publicité

Option : agencement de l'espace

Année d'études : 3

- Principales références documentaires à l'usage de l'étudiant

Bibliothèque Ferrer

Illustrator CS2 pour les nuls - Ted Alspash et Matt LeClair - First Editions

Photoshop pour les nuls - Peter Bauer - First Editions

Mac OSX pour les nuls- First Editions

Sites Internet :

<http://www.etapes.com>

<http://www.mm.be>

<http://www.pyramyd-editions.com/>

<http://www.commarts.com>

Section : baccalauréat en publicité

Option : agencement de l'espace

Année d'études : 3

Intitulé : Emballage et conditionnement

Nombre de crédits : 3

Volume (en heures/an) : 30

Enseignement : Agencement de l'espace

Cours obligatoire

1. Contenus

- **Prérequis :**
Compétences acquises en 1ère année.
- **Objectifs du cours :**
Imaginer et réaliser des packagings sur un produit défini.
- **Compétences attendues en fin de cours :**
Etre capable de créer et de construire des volumes publicitaires et packagings.
- **Contenus :**
Présentoirs, packagings, créations de volumes
- **Mots-clés :**
Volume, matières, couleurs, packagings, présentoirs

2. Aspects méthodologiques

- **Méthodes d'enseignement et d'apprentissage mises en oeuvre**
Atelier
- **Activités particulières**
Visites d'expositions
- **Supports pédagogiques**
 - Analyse de produits
 - Observation
- **Matériel indispensable dont l'étudiant doit être muni pour suivre le cours**
 - Matériaux nécessaires à chaque construction, matériel de recherches
 - Matériaux pour montage et découpe
 - Trousse de base
- **Principales sources du titulaire**
 - Food design
 - Encyclopédie du papier Paul Jackson
 - Livres spécifiques aux sujets de recherches
 - Packaging : toutes les étapes du concept au consommateur J.J.Urvoy, Sophie Sanchez, Eyrolles
 - Functional packaging prototypes Jimming Chen, Gingko Press
 - Le design packaging, guide des métiers, Bill Stewart, Pyramid.
 - Packaging, design de communication, Jacques Unvoy, Sophie Sanchez, Eyrolles
- **Principales références documentaires à l'usage de l'étudiant**
 - Voir références du professeur
 - Livres spécifiques à certains sujets

Section : baccalauréat en publicité

Option : agencement de l'espace

Année d'études : 3

Intitulé : Etalage

Nombre de crédits : 4

Volume (en heures/an) : 60

Enseignement : Agencement de l'espace

Cours obligatoire

1. Contenus

- Prérequis :

Néant

- Objectifs du cours :

- Etre capable de concevoir et installer des étalages, stands et espaces événementiels
- Développer ses capacités à travailler dans l'espace
- Développer un style particulier à l'étudiant

- Compétences attendues en fin de cours :

Réaliser des projets de la conception à l'installation

- Contenus :

- Exercices sur des thèmes bien précis
- Réalisation des perspectives et fiches techniques
- Installation de produits, gestion de l'espace, gamme de couleurs

- Mots-clés :

Etalage, stand, design, tendances, couleurs, matériaux.

2. Aspects méthodologiques

- Méthodes d'enseignement et d'apprentissage mises en oeuvre

Enseignement de proximité
Enseignement magistral

- Activités particulières

Visites d'expositions, salons.

- Supports pédagogiques

Expériences personnelles

- Matériel indispensable dont l'étudiant doit être muni pour suivre le cours

- Matériel pour construire les perspectives
- Matériel lié au style graphique de l'étudiant
- Trousse de matériel

- Principales sources du titulaire

- Observation des étalages
- Salon sur les tendances
- Magazines de décoration
- Fashion hotels, Guy Dittrich, Te Neves
- Cool shops Milan, Sabina, Marreiros, Te Neves
- Tricia Guilden Vile, Tricia Guild, Flammarion
- Vitrites : Mary Portas, Thames & Hudson
- Café et restaurant design, Hector Roquetta, Te Neves
- New pop design, Agency & production
- Esthétique commerciale : design & identité Johnny Tucker ed Pyramid

- Principales références documentaires à l'usage de l'étudiant

Voir référence professeur

Section : baccalauréat en publicité

Option : agencement de l'espace

Année d'études : 3

Intitulé : Volumes publicitaires

Nombre de crédits : 5

Volume (en heures/an) : 45

Enseignement : Agencement de l'espace

Cours obligatoire

1. Contenus

- Prérequis :

- Avoir un intérêt pour les volumes et les maquettes
- Maîtriser les outils de base de construction de packaging

- Objectifs du cours :

- Maîtriser divers outils et techniques pour réaliser des volumes publicitaires
- Imaginer des volumes en respectant la possibilité de réalisation

- Compétences attendues en fin de cours :

- Faire des recherches et réaliser des maquettes sur un sujet défini.
- Maîtrise d'outils et travail en volume.

- Contenus :

- Imaginer et réaliser des packagings pour divers produits tout en respectant le cahier des charges
- Réalisation de divers volumes pour mettre en valeur des ensembles de produits.

- Mots-clés :

Packagings, volume, display, présentoir.

2. Aspects méthodologiques

- Méthodes d'enseignement et d'apprentissage mises en oeuvre

Enseignement de proximité

- Activités particulières

Visites d'expositions, salons.

- Supports pédagogiques

Analyses et développement de volumes, expériences

- Matériel indispensable dont l'étudiant doit être muni pour suivre le cours

- Matériel de construction volume
- Trousse de matériel

- Principales sources du titulaire

- Design basisrockport
- Package design in Japan-Taschen
- Catalogue de magasins pour matériaux de construction et bricolages
- Product design, Hector Roquetta, Te Neves
- Furniture design, Christina Montes, Te Neves
- New pop design 2, Agency & production
- Publicité & packaging Pooy Evans, Eyrolles

- Principales références documentaires à l'usage de l'étudiant

Voir sources du titulaire

Section : baccalauréat en publicité

Option : agencement de l'espace

Année d'études : 3

Intitulé : Activités d'intégration professionnelle

Nombre de crédits : 28

Volume (en heures/an) : 330

Enseignement : Activités d'intégration professionnelle

Cours obligatoire

1. Contenus

- Prérequis :

- Pour pouvoir aborder ce cours, l'étudiant doit être capable de :
- assumer toutes les tâches spécifiques concernant le métier.
- utiliser toutes les notions techniques et théoriques acquises pendant ses études.

- Objectifs du cours :

- Mettre l'étudiant en situation réelle.
- Permettre à l'étudiant de s'auto-évaluer.
- Permettre une insertion professionnelle harmonieuse.

- Compétences attendues en fin de cours :

- A la fin du cours, l'étudiant sera capable de :
- gérer son travail par rapport au temps donné
 - s'intégrer dans le monde professionnel
 - acquérir de l'assurance par rapport à ses compétences
 - réagir positivement aux contraintes du métier.

- Contenus :

Dépend du choix de l'entreprise.

- Mots-clés :

Professionnalisme - compétence - rigueur - maîtrise technique

2. Aspects méthodologiques

- Méthodes d'enseignement et d'apprentissage mises en oeuvre

- La recherche de la ou des entreprises d'accueil est assurée conjointement par l'étudiant et l'équipe pédagogique.
- Les informations recueillies par l'étudiant au cours de la période de formation en milieu professionnel feront l'objet d'un rapport de stage.
- Il faut privilégier les entreprises possédant toute activité que le milieu scolaire ne peut aborder dans des conditions correspondant à la réalité de la vie des entreprises (utilisation de l'outil spécifique, gestion, communication, organisation).

- Activités particulières

Visites de milieux professionnels, d'expositions...

- Supports pédagogiques

Dossier d'informations pour la rédaction des rapports de stage.

- Matériel indispensable dont l'étudiant doit être muni pour suivre le cours

Néant

- Principales sources du titulaire

- Différents référentiels suivant la section.
- Adresses fournisseurs.
- Organigrammes des entreprises
- Internet.

- Principales références documentaires à l'usage de l'étudiant

Documents de stage (convention pour le maître de stage, informations pour l'étudiant, règlement de stage).