

Responsable UE
Xavier-Yves Zinzen

Président de jury
Roland Decaudin

Secrétaire de jury
Dominique Mangon

Contact
service.etudiants@saint-
luc.be
+32 4 341 81 33

Bloc 3 • Cycle 1 • Niveau 6 du CFC

UE donnée en Français • Obligatoire • Premier quadrimestre
6 crédits • 120 points • 90 heures
Prérequis : 2R201 Infographie Q1•2R212 Infographie Q2
Corequis : 3R212 Infographie Q2

Activité.s d'apprentissage

R3301 - Techniques et technologies infographie q1

6 crédits • 120 points • 90 heures • Zinzen Xavier-Yves, Vondegracht Jérôme

Acquis d'apprentissage

Au terme de cette UE, l'étudiant est capable de :

- Exploiter l'outil informatique au service de la réalisation d'un projet multimédia

Au terme du cours d'**infographie**, l'étudiant est capable :

- Concevoir graphiquement différents projets dans le respect du briefing et en utilisant les techniques numériques adéquates.
- Utiliser les différents logiciels numériques professionnel afin de réaliser un support MULTIMEDIA (son et vidéo) dans le respect du briefing.

Calcul de la note de l'unité d'enseignement

Cette unité d'enseignement étant composée d'une seule activité, la note finale correspond au résultat obtenu pour le cours.

Compétences

Cette unité contribue à notre profil d'enseignement en participant au développement des compétences suivantes:
C3 C4 C5 C7 de notre référentiel interne.

Objectifs

Questionner le processus de création d'une publicité au format vidéo.
Développer votre compréhension du montage vidéo sur Adobe Premiere pro.
Questionner Adobe Première Pro comme outil principale d'expression créative.

Comprendre le fonctionnement des intelligences artificielles et leur possibilités être capable d'interagir avec les Ai générative et d'exploiter leur vrai potentiel créatif

Questionner un support publicitaire émergeant, la réalité augmentée.
Maîtriser les outils de base de création en AR.

Contenu

L'émotion comme moteur de la création d'un vidéo.

Choix des cadrages / des transitions / des couleurs / de la musique / des éclairages et leur contribution à la narration.

Les intelligences artificielles comme moteur de la créativité et de la création / Expérimentation

introduction et explication a propos des IAs génératives et leur potentiel dans le domaine de al création publicitaire.
Création d'une approche divergeante des outils génératifs.

La réalité augmenté comme nouveau support média

Introduction à la technologie de la réalité augmentée et son potentiel créatif pour les publicitaire de demain.
Expérimentation avec des outils de création en AR.

Méthode d'enseignement et d'apprentissage

Active et inductive

Mode d'évaluation pratiqué

L'évaluation continue sera utilisée pour vérifier l'acquisition des informations et des compétences.

Support de cours

Support de cours : vous pouvez vérifier si un support de cours est requis pour ce cours sur MyIntranet > mes études > mes cours

Objectifs

Le cours d'infographie orienté vers les réseaux sociaux, la stratégie et la création de contenus se positionne au croisement dynamique de la créativité visuelle et de la communication numérique. Son objectif principal est de doter les apprenants des compétences nécessaires pour concevoir des contenus graphiques percutants et stratégiques, en mettant l'accent sur les exigences spécifiques des clients fictifs ou réels, dans le contexte des réseaux sociaux.

Objectif 1 : Maîtriser les fondamentaux de l'infographie

Le cours commence par ancrer les étudiants dans les bases de l'infographie, en mettant l'accent sur la conception visuelle, la théorie des couleurs, la typographie et l'utilisation judicieuse des éléments graphiques. Cette fondation solide est cruciale pour garantir la création de contenus esthétiquement agréables et professionnellement réalisés.

Objectif 2 : Comprendre les dynamiques des réseaux sociaux

Une part essentielle de la formation consiste à explorer en profondeur les mécanismes et les tendances des différents réseaux sociaux. Les étudiants apprennent à décrypter les préférences des utilisateurs, les algorithmes des plateformes, et à s'adapter aux évolutions rapides de l'espace numérique. Cette compréhension fine est indispensable pour élaborer des stratégies de contenu efficaces.

Objectif 3 : Développer des stratégies de contenu ciblées

Le cours se penche ensuite sur la planification stratégique. Les étudiants acquièrent des compétences pour définir des objectifs de communication, identifier les publics cibles, et concevoir des messages visuels pertinents. La capacité à créer du contenu aligné sur les objectifs spécifiques du client, tout en répondant aux attentes de l'audience, est une compétence clé de cette phase du cours.

Objectif 4 : Utiliser des outils avancés d'infographie

Les apprenants explorent ensuite des outils avancés d'infographie, des logiciels de conception graphique aux applications spécifiques aux réseaux sociaux. La maîtrise de ces outils permet aux étudiants de donner vie à leurs idées de manière efficace, tout en s'adaptant aux spécificités des différentes plateformes.

Objectif 5 : Gérer des projets de création de contenus

Un volet important du cours porte sur la gestion de projet. Les étudiants apprennent à planifier, organiser et exécuter des campagnes de création de contenu, en tenant compte des délais, des ressources et des contraintes spécifiques au client. Cette compétence organisationnelle est essentielle pour garantir la réussite des projets dans un contexte professionnel.

Objectif 6 : Évaluer et itérer les performances

Le cours s'achève en enseignant aux étudiants à évaluer l'efficacité de leurs créations.

L'analyse des performances des contenus sur les réseaux sociaux, la collecte de données et la capacité à itérer en fonction des retours sont des compétences cruciales. Cela permet aux apprenants d'ajuster leurs stratégies pour maximiser l'impact et atteindre les objectifs définis.

En conclusion, le cours d'infographie axé sur les réseaux sociaux, la stratégie et la création de contenus offre une expérience complète visant à former des professionnels capables de concevoir des contenus visuels stratégiques et percutants pour des clients fictifs ou réels. En alliant créativité, compréhension des médias sociaux et compétences techniques avancées, les étudiants sont prêts à relever les défis d'un monde numérique en constante évolution.

Contenu

- Cfr. Objectifs

Méthode d'enseignement et d'apprentissage

- Méthode participative - les élèves découvrent et analysent des cas pratiques afin de pouvoir les appliquer à leurs futurs clients.
- Méthode pratique - les élèves construisent une stratégie et un plan de contenu pour un client, fictif ou non.

Bibliographie

/

Mode d'évaluation pratiqué

- Évaluation continue liée à des briefings ponctuels
- Examen pratique à remettre à la session de janvier

Support de cours

Support de cours : vous pouvez vérifier si un support de cours est requis pour ce cours sur MyIntranet > mes études > mes cours