

MINISTÈRE DE LA COMMUNAUTÉ FRANÇAISE
ENSEIGNEMENT DE LA COMMUNAUTÉ FRANÇAISE
Administration Générale de l'Enseignement et de la Recherche Scientifique
Service général de l'Enseignement organisé par la Communauté française

ENSEIGNEMENT SECONDAIRE ORDINAIRE DE PLEIN EXERCICE

HUMANITÉS PROFESSIONNELLES ET TECHNIQUES

ENSEIGNEMENT PROFESSIONNEL

Troisième degré
7^e ANNÉE COMPLÉMENTAIRE

SECTEUR : ARTS APPLIQUÉS
GROUPE : ARTS GRAPHIQUES

PROGRAMME D'ÉTUDES DE L'OPTION DE BASE GROUPÉE :

COMPLÉMENT EN TECHNIQUES PUBLICITAIRES

AVERTISSEMENT

Le présent programme est d'application à partir de l'année scolaire 2008-2009, en 7^e année professionnelle complémentaire.

Ce programme figure sur RESTODE, serveur pédagogique de l'enseignement organisé par la Communauté française

Adresse : <http://www.restode.cfwb.be>

Il peut en outre être imprimé au format PDF.

SOMMAIRE

	Pages
1. CADRE GENERAL.....	3
2. OBJECTIFS DE LA FORMATION	3
3. GRILLE HORAIRE	6
4. ARTICULATIONS METHODOLOGIQUES	6
5. DESCRIPTIF DES COURS.....	11
5.1. DESSIN – RECHERCHES – PROJETS.....	11
5.2. ANALYSE ET ESTHETIQUE DU MESSAGE PUBLICITAIRE.....	23
5.3. TECHNOLOGIE PUBLICITAIRE	26
5.4. INFOGRAPHIE ET IMAGE NUMERIQUE.....	33
5.5. PUBLICITE.....	41
avec, pour chaque cours :- objectifs généraux ;	
- indications méthodologiques ;	
- compétences, contenus opérationnels (savoir-faire), contenus associés (savoirs), indicateurs de maîtrise des compétences ;	
- exemples de situations d'apprentissage (succincts et/ou détaillés).	
6. EXEMPLE(S) DE SITUATION(S) D'APPRENTISSAGE INTEGREE(S) :.....	50
7. ORIENTATION BIBLIOGRAPHIQUE.....	52

1. CADRE GENERAL

Cette 7^e année complémentaire de type B de l'enseignement professionnel est une année de perfectionnement qui fait normalement suite à l'Option de base groupée du 3^e degré « **Assistant(e) aux métiers de la publicité** ».

Semi-ouverte, elle est cependant accessible après un autre troisième degré professionnel (**Assistant/e en décoration**), mais aussi après certains troisièmes degrés techniques de qualification (**Technicien/ne en photographie, Technicien/ne en infographie et Technicien/ne en industrie graphique**-secteur 2). L'admission en 7^e année requiert la réussite du 3^e degré et l'obtention du certificat de qualification à l'issue de la 6^e année.

Cette 7^e année sera sanctionnée par une **attestation de compétences complémentaires** au certificat de qualification de 6^e année. Pour les élèves issus d'une 6^e professionnelle, elle permet, étant de type B, d'acquérir également le **CESS** (Certificat d'Enseignement Secondaire Supérieur), autorisant l'accès à l'enseignement supérieur (baccalauréat artistique, technique ou pédagogique, etc.).

Bien qu'il n'y ait ici pas d'obligation de se conformer à un **profil de formation** émanant de la CCPQ (puisque il ne s'agit pas d'une formation qualifiante mais bien complémentaire), il a paru cependant logique de s'inspirer de celui de **l'Assistant(e) aux métiers de la publicité** pour créer le présent document, lequel devient ainsi le référentiel obligatoire en ce qui concerne les compétences à exercer et/ou à maîtriser en 7^e année.

On pourrait donc se référer au programme de l'option de base groupée « Assistant(e) aux métiers de la publicité » (n° **318P/2006/249**), pour établir la continuité avec les contenus des différents cours de la présente formation et y trouver des **pré-requis** sur lesquels se baser.

Le présent programme s'inspire lui aussi des fonctions, compétences, savoirs et savoir-faire cités dans ce profil de formation sous le critère « **compétences à maîtriser** » (C.M.) – car elles le sont toujours, mais seront parfois résumées sous forme de **pré-requis indispensables**, afin de ne pas alourdir inutilement le texte - , mais aussi des autres **compétences classées C.E.F. et/ou C.E.P.** (*compétences à exercer mais dont la maîtrise ne pouvait être certifiée à l'issue de l'épreuve de qualification, soit parce qu'elle ne sera acquise qu'après une formation ultérieure, soit en stage, soit parce qu'elle ne peut être acquise qu'au cours de l'activité professionnelle elle-même*), qu'il prévoit généralement de classer ici en C.M. ; dans ce cas, ce sigle figurera en gras dans les tableaux.

2. OBJECTIFS DE LA FORMATION

Cette 7^e année a pour objectif de permettre aux élèves **d'atteindre un niveau plus élevé de qualification**, d'abord en approfondissant certaines matières déjà abordées - voire maîtrisées - en 5^e et 6^e et ensuite en proposant des compléments de formation dans certains savoirs et savoir-faire spécifiques, comme par exemple dans les réalisations en 3D.

Elle vise également chez ces apprenant(e)s l'acquisition d'une **plus grande autonomie** et d'une **actualisation des techniques** propres au métier auquel ils (elles) se destinent.

Pour rappel, le profil de formation de l'Assistant(e) aux métiers de la publicité précisait :

« Il n'existe pas un métier de la publicité mais divers métiers correspondant à des choix techniques ou des étapes de réalisation d'un produit destiné à la communication.

Le présent profil de formation est centré sur la réalisation concrète de ce produit, quel qu'en soit le support (impression papier, textile, plastique, métal, bois, etc. ; mise en place d'un étalage ; réalisation d'emballages ; mise en place d'images 3D, etc.)

Tous ces métiers, chargés de matérialiser un concept, un projet, une idée, sont voisins par leurs grandes fonctions de travail, par les activités permettant d'assurer ces fonctions et, surtout, par les compétences qu'ils mobilisent. Que ces métiers s'exercent au sein de petites sociétés sous-traitantes ou au titre d'indépendant(e)s, ils mobilisent tous de multiples techniques: lettrage, sérigraphie, mise en page, image virtuelle, impression, mise en place d'étagages ou de stands, réalisation d'emballages spéciaux, etc.

L'Assistant(e) aux métiers de la publicité doit pouvoir mettre en œuvre plusieurs de ces techniques de manière à concrétiser un projet de communication publicitaire selon les directives reçues ».

Les sept premières **fonctions** décrites dans ce profil de formation étaient communes aux métiers répertoriés.

La suite du profil (fonction 8) distinguait les fonctions, activités et compétences spécifiques à chaque métier identifié.

Ceux-ci sont classés en deux grands types : **Métiers de la 2D** : Maquettiste, metteur au net ;

Lettreur ;

Sérigraphe ;

Opérateur en services graphiques.

Métiers de la 3D : Réalisateur de lieux de présentation publicitaire (stands, vitrines, PLV) ;
Réalisateur d'emballages (packaging).

Le programme de 7^e année prévoit de répartir les fonctions, compétences et contenus visés dans les différents cours par rapport à cette distinction entre métier de la 2D ou métier de la 3D, en mettant l'accent sur cette dernière.

Pour établir le présent programme - et dans un but de simplification - **certaines fonctions du profil précédent ont été regroupées pour n'en laisser subsister que 5** ; les anciennes fonctions (indiquées en italique) *1 et 2*, de même que *3, 4 et 5* ont été fusionnées, tandis que **les nouvelles fonctions 1, 2 et 3 ont été dédoublées par rapport au type de production**, comme on peut le voir dans le tableau ci-dessous :

Fonction 1 (01, 02,)	Recevoir une commande de réalisation graphique de communication (2D).
Fonction 1 bis (01, 02,)	Recevoir une commande d'aménagement d'un espace publicitaire (3D).

Fonction 2 (03,04,05)	Produire des avant-projets (2D) conformes à l'identité visuelle souhaitée par le client.
Fonction 2 bis (03,04,05)	Produire des avant-projets (3D) conformes à l'identité visuelle souhaitée par le client.
Fonction 3 (08)	Assurer une production (2D).
Fonction 3 bis (08)	Assurer une production (3D).
Fonction 4 (06)	S'intégrer dans le milieu professionnel.
Fonction 5 (07)	Appliquer les normes de sécurité et d'hygiène.

Remarque importante: dans ce programme, la numérotation des fonctions, activités et compétences ne correspond donc plus exactement à celle du P.Q. « Assistant(e) aux métiers de la publicité».

Distribuées dans un ordre à la fois logique et chronologique, ces fonctions laissent à l'enseignant – ou plutôt aux équipes d'enseignants car on ne conçoit guère que la mise en œuvre d'un tel programme soit le fait d'intervenants s'ignorant les uns les autres – une certaine liberté pédagogique. En élaborant le planning de son cours, celui-ci devra donc avoir soin d'organiser l'acquisition progressive des compétences en intriquant judicieusement les éléments ici repris sous des fonctions distinctes.

De même, on remarquera que l'application du présent document réclame **une perpétuelle adaptation à l'évolution du métier et des techniques**, visant à inculquer, tant chez l'élève que chez le professeur, une réelle et indispensable disponibilité au changement.

Celle-ci constitue une mission essentielle que l'école d'aujourd'hui doit installer. Elle dépasse sans doute en importance l'énoncé sec et ferme que constitue toute tentative d'énumération des savoirs et savoir-faire requis par l'exercice de la profession. Evidemment présent dans la réflexion menée au sein du cours de technologie, cet aspect ouvert de la formation constituera une préoccupation constante de tous les cours. C'est lui qui contribuera à donner sens aux apprentissages et à l'investissement à long terme.

Ce document aborde aussi les **moyens** nécessaires à l'action éducative en plaçant les acteurs de la formation devant leurs **responsabilités**. Aux **directions d'école**, il indique qu'un enseignement professionnel ne peut se concevoir sans un minimum de moyens en locaux et en équipement. Aux **enseignants**, le programme rappelle le rôle actif qu'ils ont à assumer en matière de matériel et de logiciels à actualiser.

3. GRILLE HORAIRE

La grille horaire de la 7^e année « complément en techniques publicitaires » se présente comme suit :

Code :	Cours :	Périodes :
1296	Dessin-recherches-projets	4
0056	Analyse et esthétique du message publicitaire	1
4329	Technologie publicitaire	1
1706	Infographie et image numérique	6
2595	Publicité	6
Total :		18

4. ARTICULATIONS METHODOLOGIQUES

4.1. CONCEPTION METHODOLOGIQUE GENERALE

A. La pratique du travail en équipe, qui doit impérativement s'articuler sur les axes suivants :

- mise au point collective et au moins trimestrielle des objectifs poursuivis, des exercices proposés avec répartition des responsabilités de chacun ;
- intrication des aspects théoriques, techniques et pratiques ;
- interdisciplinarité des projets ;
- évaluation collective des travaux sur base des objectifs et des contraintes définis au départ et dont l'élève doit avoir connaissance.

B. La disponibilité à l'évolution du métier.

Celle-ci se déploiera sous les aspects complémentaires de :

- la constitution d'une bonne documentation personnelle et collective et la consultation régulière de revues spécialisées et d'Internet ;
- la visite de salons professionnels et d'agences performantes ;
- l'intérêt provoqué à la création publicitaire qu'elle soit technique ou liée aux épiphénomènes de mode et de tendance ;
- la recherche de stages d'insertion professionnelle en milieux soigneusement sélectionnés pour leurs possibilités d'apprentissage.

4.2. LES ARTICULATIONS ENTRE LES COURS

La volontaire insistance apportée ci-dessus à une **gestion collégiale du processus éducatif** doit encore être précisée par des exemples :

- Les **relations entre les cours théoriques et pratiques** sont évidentes et croisées ; on peut considérer en effet que les cours axés sur des pratiques, soit prépareront la systématisation, soit rappelleront en cours de travail des notions théoriques qu'on ne peut jamais estimer totalement fixées.

Toutefois, la liaison théorie-pratique s'accorde mal d'un strict découpage horaire (notamment dans le cas d'une mise en œuvre centrée autour d'un projet).

Au sein d'un corps professoral travaillant en équipe, - la pratique en est d'ailleurs courante - il n'y a pas d'inconvénient majeur à désenclaver les disciplines. Avec l'accord des enseignants concernés ou à l'intérieur de la charge d'un professeur, des élèves peuvent avantageusement prolonger un cours de travaux pratiques (par exemple pour des raisons liées au projet, au matériel, au temps de séchage ou aux locaux disponibles) au détriment d'un temps normalement consacré à du dessin. **Il convient alors de compenser à un autre moment.**

On veillera cependant à faire en sorte que cet assouplissement **ne touche pas les cours spécifiquement théoriques** (Analyse et esthétique du message publicitaire et Technologie publicitaire) qu'il convient de donner régulièrement et sans excessive concentration.

- La nature des apprentissages implique de **leur donner du sens**. La **pédagogie du projet** articulée sur des objectifs concrets et intégrés, directement en phase avec les pratiques professionnelles est vivement recommandée à la condition de garder constamment à l'esprit l'ensemble des compétences à installer.
- La constitution d'une **documentation technique** dont la consultation peut s'avérer nécessaire à tout instant doit **impliquer tous les professeurs de l'option**.
- Une attention particulière sera accordée à l'acquisition du **vocabulaire technique et professionnel** de base. Dans cet esprit, l'enseignant veillera à la précision et à la pertinence de son propre vocabulaire.

4.3. LES PRE-REQUIS

En principe, les élèves abordant cette 7^e année devraient posséder un ensemble de compétences permettant au professeur d'y asseoir son enseignement. Dans les faits, il pourrait en aller autrement, soit que, issu pourtant du même établissement, l'élève ne maîtrise pas parfaitement ce qu'il a vu, soit parce que, provenant d'un autre établissement ou surtout d'une autre option que celle d'Assistant aux métiers de la publicité, il n'aurait pas reçu une formation identique ou même suffisante. Un « état des lieux » objectif et une éventuelle remise à niveau - collective ou individualisée - s'imposent donc en début d'année.

De nombreuses compétences de base, réputées maîtrisées (C.M.) en fin de 6^e année de l'OBG « Assistant(e) aux métiers de la publicité », sont considérées ici comme des **pré-requis indispensables** ; elles sont donc reprises dans les tableaux concernant les contenus parce qu'elles continuent forcément à être exercées dans des activités plus complexes.

4.4. LES HABITUDES PROFESSIONNELLES

Il convient de structurer toute séquence d'enseignement en se basant sur des impératifs rigoureusement professionnels.

Ceux-ci visent notamment :

1. les contraintes formelles : respect des demandes du client ;
2. les contraintes techniques ;
3. les contraintes financières : limitation éventuelle des moyens ; économie des matières et de la main d'œuvre, etc... ;
4. les exigences de maintenance : outre l'élémentaire respect civique, social et moral du matériel collectif, celui-ci doit être inventorié, remisé et régulièrement entretenu.

Ces différents impératifs contribuent à définir le projet et/ou l'exercice. Ils interviennent forcément lors de l'évaluation

4.5. SECURITE ET HYGIENE

Le respect des règles élémentaires de sécurité (en matière électrique, de maniement et de stockage des produits), d'hygiène et d'environnement doit non seulement se traduire dans les faits et les habitudes mais aussi faire l'objet de réflexions ponctuelles. Le professeur saisira donc toute occasion propice à cet effet.

Ces règles générales sont reprises dans la législation (Règlement général pour la Protection du Travail [RGPT] et code du Bien-Etre au Travail). Il en est fait état régulièrement dans le périodique trimestriel édité par le Secrétariat général du Ministère de la Communauté française et intitulé : « Sécurité et bien-être ».

4.6. DROITS D'AUTEUR

Les enseignants veilleront à respecter eux-mêmes et à faire respecter par leurs élèves les prescriptions légales en matière de droits d'auteur, tant dans l'utilisation didactique habituelle de documents privés (reproductions, fichiers numériques,...), que pour l'intégration dans des créations personnelles susceptibles d'être diffusées à l'extérieur de l'école.

4.7. TRAVAUX POUR TIERS

On veillera aussi à respecter, dans ce domaine et le cas échéant, la réglementation prévue par l'**Arrêté royal du 12 février 1976** fixant les conditions auxquelles les objets produits ou les services rendus par un établissement d'enseignement peuvent être aliénés ou loués.

4.8. LES STAGES EN ENTREPRISE (INSERTION PROFESSIONNELLE)

En application de l'article 53 du décret « Missions » du 24 juillet 1997, chaque école, dans son projet d'établissement, peut organiser une partie de la formation qualifiante dans le cadre de stages en entreprise.

Comme dans tout enseignement professionnel, certaines compétences pourront être exercées et (si possible) évaluées au travers d'un stage en entreprise (ou à l'occasion d'éventuelles formations extérieures en Centres de Compétences) dont la forme et l'organisation dépendent du projet d'établissement.

L'importance de ces stages mérite d'être soulignée.

Outre qu'ils complètent la formation assurée par l'école par l'exercice renforcé de certaines compétences, il s'avère, en effet, que ces séquences de la vie scolaire contribuent :

- à augmenter la maturité, l'efficacité et la productivité dans le travail ;
- à concrétiser les apprentissages et à permettre une interaction entre les milieux scolaire et professionnel ;
- à mettre l'élève en contact avec des technologies que l'école n'a en général ni les moyens de posséder, ni le temps de développer ;
- à socialiser davantage l'élève par contact avec le monde adulte hors contexte scolaire.

Dans ces perspectives, il est recommandé :

- d'être particulièrement attentif à **l'intérêt éducatif présenté par l'entreprise accueillante** :
 - qualité, disponibilité, compétence, puissance psychologique du tuteur ;
 - intérêt, technicité et nouveauté du travail pour l'élève ;
 - variété des tâches à l'intérieur d'un même stage ou entre les différents stages effectués par l'étudiant, etc... ;
- de laisser à l'élève le soin de **prendre tous les contacts préalables** (situation du demandeur d'emploi) et d'effectuer toutes les démarches qui accompagnent le stage ;
- de **visiter régulièrement les élèves** en cours de stage et de recourir à des procédures rigoureuses d'évaluation formative (carnet de stage, auto-évaluation, rédaction de rapports, relevé des acquis, échange des expériences, etc.).

La tutelle et le suivi des stages sont idéalement **collectifs** (de même que la mise au point des **épreuves intégrées**).

4.9. L'EVALUATION

Sans dénier la nécessité de l'**évaluation sommative** - qui permet à l'élève, mais aussi à l'enseignant, à l'institution, aux parents, de mesurer par le biais d'une note, chiffrée ou pas, le degré de réussite correspondant à des critères précis de contenu, de conditions matérielles, de forme et de temps fixés au préalable et connus de tous -, il paraît important de rappeler l'intérêt de l'**évaluation formative** : en effet, celle-ci, bienveillante quoiqu'impartiale, permet à l'élève de se situer par rapport à un effort à fournir, à une attitude à adopter face au travail ou à la difficulté, de constater ses progrès ou sa régression, son dynamisme, sa gestion du temps, sa bonne compréhension des consignes,...

Cette évaluation est elle-même un facteur de réussite, d'autonomie et donc d'apprentissage en profondeur ainsi que de développement harmonieux de la personne.

Rappelons aussi que des **traces des travaux** d'élèves (sur papier, photos, vidéos ou CD) et des notes de cours seront conservées dans les locaux en vue d'un contrôle éventuel.

4.10. LES MOYENS MATERIELS

L'organisation d'une OBG professionnelle telle que celle-ci postule la **nécessité de disposer** :

- d'au moins une salle suffisamment spacieuse, pourvue de (grandes) tables, d'ordinateurs - suffisamment performants - permettant d'utiliser des logiciels de D.A.O., de traitement d'images et de mise en page, d'imprimante(s), de scanner(s), ...et bien sûr d'une installation électrique adéquate ;
- de surfaces de travail (verticales et horizontales), de matériaux en tout genre pouvant servir à la réalisation de décors, de présentoirs... ;
- d'un outillage ordinaire électrique et/ou manuel minimal pour le travail des différents matériaux ;
- de matériel et de produits pour les techniques d'impression et de reproduction (peinture, gravure, photographie, sérigraphie, etc.) ;
- de matériel d'éclairage ;
- d'au moins un appareil pour la photo numérique ;
- d'au moins un appareil de projection (diapositives, images vidéo et/ou images numériques) adapté aux techniques audiovisuelles utilisées ;
- de revues, de catalogues, de documentation professionnelle, d'échantillons, de carnets d'adresses (fournisseurs, sous-traitance, etc.).

Les professeurs veilleront à la **gestion efficace du matériel (et du local)**, ainsi que des consommables nécessaires. Ils prendront les contacts utiles pour se procurer les logiciels adaptés aux besoins de la section et/ou pour procéder à leur mise à jour adéquate. Ils maîtriseront parfaitement ces logiciels.

Une **décoration bien pensée du local** (projets, photos, affiches, maquettes...) pourra aider à installer un climat favorable à la création.

5. DESCRIPTIF DES COURS :

5.1. DESSIN - RECHERCHES - PROJETS

5.1.1. OBJECTIFS GENERAUX :

- Vérifier et approfondir la maîtrise des **moyens généraux de la représentation** (dessin d'après nature, lois de la perspective, représentations codifiées, dessin de mémoire,...).
On n'oubliera pas que dans la réalité professionnelle, on ne dessine pratiquement jamais des choses qui existent que pour les transformer (cas du relevé, par exemple). Dans la plupart des cas, on dessine des choses qui n'existent pas (ou qu'on n'a pas devant les yeux).
On visera donc ici à permettre la **traduction de la pensée**, soit par le plan, soit par des moyens perspectifs.
Concrètement, le besoin est d'exprimer sans difficulté sa pensée devant le client :
 - proposer des recherches graphiques ou décoratives, des mises en page personnelles et adaptées,
 - exprimer une idée d'agencement par un croquis perspectif correct et les vues planes qui en découlent.
- Structurer clairement l'espace, ordonner des formes ou des volumes et veiller à la cohérence de leur assemblage, tant dans des projets en 2D (affiches,...) qu'en 3D (vitrines, stands,...), par similitude ou opposition, rythme, correspondance, points forts,...
- (Ré)assurer les **bases de l'organisation plastique** en faisant appliquer les principes - fluctuants, tendanciels et relatifs -qui la règlent, notamment celui d'intention (fort proche d'idées générales telles que dominante, clarté, puissance d'affirmation, cohérence, etc.).
Dans ce but, il apparaît nécessaire de mettre l'accent sur certains points disposés séparément ci-après mais qui seront le plus souvent abordés de manière mélangée :
 - le jeu des valeurs : distinguer en préalable à toute approche de la couleur ce qui relève spécifiquement des rapports de valeurs ;
 - l'orchestration de la couleur et son effet spatial: assurer les bases nécessaires permettant d'agencer et de structurer l'approche de la couleur avec goût, notamment en :
 - comprenant et en usant des termes génériques courants de manière à favoriser la communication,
 - concevant et en réalisant des ensembles colorés cohérents,
 - prenant en compte des éléments tels que la surface, le voisinage, l'éclairage, la valeur expressive de la couleur.
 - l'utilisation des textures et des matières: sensibiliser à leur richesse et s'approprier les moyens de les créer en :
 - utilisant des trucs de métier permettant de traiter des surfaces de manière non conventionnelle,
 - maîtrisant les procédés informatiques adéquats.

5.1.2. INDICATIONS METHODOLOGIQUES :

Au plan concret, le professeur va devoir provoquer des situations d'apprentissage et faire travailler des notions générales d'organisation et de structuration autour de l'idée de liberté créatrice pour favoriser des solutions aussi variées que possible. A cela s'ajoutent les exigences d'exécution parfaite qui, dans une perspective d'enseignement professionnel, sont évidemment importantes.

Les compétences de base, surtout en **dessin**, devraient avoir été établies au 3^e degré. Il se peut cependant que leur maîtrise ne soit pas atteinte parce que certaines compétences s'acquièrent difficilement. C'est d'autant plus vrai que certain(e)s apprenant(e)s pourraient émaner d'**options** ne comportant que peu (voire pas du tout) de formation en dessin, quel qu'il soit. Il faut donc sans doute y revenir et retravailler les problèmes.

Pour les **projets**, notamment en 2D, on ne travaille pas la composition pour elle-même mais en réponse à un besoin lié à la confrontation à une situation-problème. On remarquera simplement que la disposition des éléments s'articule sur des notions plus larges qui reviendront régulièrement : intentionnalité, clarté, (a)symétrie, dominante, répartition en zones animées et de repos, etc...

Il n'est pas nécessairement besoin de recourir à des problèmes complexes ; la seule mise en place d'un élément dont on peut faire varier le cadrage et les proportions (photocopies) à l'intérieur de la feuille permet d'aborder le problème de manière significative.

Les processus de **création** et de **recherche** imposent un enseignement de tous les instants et de longue haleine qui trouve à s'employer dans toutes les situations d'apprentissage, tant en 2D qu'en 3D ; la liaison avec les notions et principes étudiés au cours d'Analyse et esthétique du message publicitaire apparaît ici évidente.

Nous proposons d'articuler l'approche de la couleur sur la notion d'intention, de direction colorée ; on ne négligera pas non plus la dimension expressive de la couleur ; mais, s'il est certain que celle-ci est dotée d'un pouvoir psychologique lié à notre expérience du monde (rouge : violence, passion, excitation, intensité, etc., tons frais de printemps, plus vifs à l'été, plus chauds en automne, etc...), il convient de se montrer circonspect devant un certain nombre d'idées reçues tendant à codifier automatiquement l'interprétation des phénomènes colorés.

L'approche des matières implique une réflexion et un enseignement d'ordre technologique. Il convient à ce sujet de pourvoir les élèves des indispensables notes écrites et de prolonger la réflexion en parfaite **complémentarité** avec le cours de Technologie.

Il en est de même pour le cours d'Infographie où les projets (tant en 2D qu'en 3D) seront généralement mis au net, ainsi que pour le cours de Publicité, où ils seront réalisés, en tout ou en partie.

5.1.3. COMPETENCES ET CONTENUS :

Fonction 1 : Recevoir une commande de réalisation graphique de communication (2D)

1.1. Recueillir et analyser les données d'une commande.

COMPETENCES COMPLETEES ET PRECISEES	CONTENUS OPERATIONNELS (SAVOIR-FAIRE)	CONTENUS ASSOCIES (SAVOIRS)		INDICATEUR DE MAITRISE DE COMPETENCE
1.1.1. Identifier, dans une commande, les données : - objectives, - subjectives, - esthétiques.	<ul style="list-style-type: none"> - Analyser tous les aspects de la demande (cahier des charges). - Etablir un document de synthèse. 	<ul style="list-style-type: none"> - <u>Les données objectives</u> : produits et articles à valoriser ; charte graphique à respecter. - <u>Les données subjectives</u> : desiderata du client ; thématique retenue ; éléments à mettre en évidence, etc... - <u>Les données esthétiques</u> : style général, couleurs, textures, ... - Support de communication, charte graphique, média, etc... 	CM	<p>A partir d'une demande de réalisation graphique, l'apprenant(e) établit correctement un document classant les données relatives :</p> <ul style="list-style-type: none"> - au produit à réaliser, - à sa destination, - à l'intention à exprimer, - aux contraintes à respecter. <p>Il (elle) identifie les éléments d'une charte graphique.</p>

1.2. Déterminer le planning d'exécution du travail en fonction des contraintes.

COMPETENCES COMPLETEES ET PRECISEES	CONTENUS OPERATIONNELS (SAVOIR-FAIRE)	CONTENUS ASSOCIES (SAVOIRS)		INDICATEUR DE MAITRISE DE COMPETENCE
1.2.1. Identifier et structurer les différentes phases de réalisation.	<ul style="list-style-type: none"> - Identifier les différentes phases - Structurer la réalisation 	Les contraintes spécifiques à chaque phase.	CM	L'apprenant(e) est capable d'établir la chronologie de la réalisation.

Fonction 1 bis : Recevoir une commande de réalisation d'un espace publicitaire (3D)

1 bis. 1. Recueillir et analyser les données d'une commande.

COMPETENCES COMPLETEES ET PRECISEES	CONTENUS OPERATIONNELS (SAVOIR-FAIRE)	CONTENUS ASSOCIES (SAVOIRS)	INDICATEUR DE MAITRISE DE COMPETENCE
1 bis.1.1. Identifier, dans une commande, les données : - objectives, - subjectives, - esthétiques.	- Analyser tous les aspects de la demande (cahier des charges). - Etablir un document de synthèse.	- <u>Les données objectives</u> : dimensions et orientation de l'espace à décorer ; contraintes environnementales, temporelles et budgétaires ; état des surfaces ; produits à exposer, etc. - <u>Les données subjectives</u> : désiderata et préférences du client ; thématique retenue, éléments à mettre en évidence ; ambiance à créer, etc. - <u>Les données esthétiques</u> : style général, couleurs, matériaux, textures, éclairage....	CM A partir d'une demande de réalisation d'un espace publicitaire, l'apprenant(e) établit correctement un document classant les données relatives : - au produit à réaliser, - à sa destination, - à l'intention à exprimer, - aux contraintes à respecter.

1 bis. 2. Repérer les données d'un plan d'aménagement d'un espace 3D (stand, vitrine, package).

COMPETENCES COMPLETEES ET PRECISEES	CONTENUS OPERATIONNELS (SAVOIR-FAIRE)	CONTENUS ASSOCIES (SAVOIRS)	INDICATEUR DE MAITRISE DE COMPETENCE
1 bis.2.1. Interpréter sur des plans d'aménagement : • les types de représentation utilisés ; • les symboles et conventions habituels.	- Connaître les règles et les conventions du dessin technique.	- Le mécanisme des trois vues : choix et disposition. - Les traits et les signes conventionnels (vu et caché,...). - Les échelles. - Les coupes et sections, les demi-coupes et les arrachements. - Les règles de cotation : les cotes fonctionnelles ou d'encombrement,... - Les informations des cartouches.	CM Dans le plan d'aménagement d'un espace 3D, l'apprenant(e) interprète correctement les données symboliques courantes.

COMPETENCES COMPLETEES ET PRECISEES	CONTENUS OPERATIONNELS (SAVOIR-FAIRE)	CONTENUS ASSOCIES (SAVOIRS)		INDICATEUR DE MAITRISE DE COMPETENCE
	<ul style="list-style-type: none"> - Reconnaître les principaux éléments graphiques du dessin d'un objet, des matériaux et éléments utilisés. 	<ul style="list-style-type: none"> - Les principaux éléments de structure et des éléments techniques. - Les servitudes et éléments intégrés. - Les différents types de panneaux, plafonds et planchers. (murs, cloisons, conduits, gaines, fenêtres, portes, sanitaires, cuisinières, mobilier, chauffage, etc...) et des matériaux (béton, pierre, bois, etc...). - Les schémas d'installations électriques. 		
1 bis. 2.2. Visualiser en 3D à partir d'un plan	<ul style="list-style-type: none"> - Reconnaître, dans un espace réel, les éléments architecturaux représentés sur un plan. 	<ul style="list-style-type: none"> - Les conventions générales du dessin d'architecture. - Les différents systèmes de représentation perspective (linéaire - méthode anglaise -, cavalière, axonométrique). 	CM	<p>L'apprenant(e)</p> <ul style="list-style-type: none"> • transpose de la 3D au plan et inversement ; • traduit une modification de la réalité 3D sur sa représentation en plan.

1 bis. 4. Déterminer le planning d'exécution du travail en fonction des contraintes.

COMPETENCES COMPLETEES ET PRECISEES	CONTENUS OPERATIONNELS (SAVOIR-FAIRE)	CONTENUS ASSOCIES (SAVOIRS)	INDICATEUR DE MAITRISE DE COMPETENCE
1bis.4.1. Identifier et structurer les différentes phases de réalisation.	<ul style="list-style-type: none"> - Déterminer les techniques à mettre en œuvre, les espaces à animer. - Identifier les contraintes spécifiques à chaque phase. - Evaluer les supports. - Répartir les tâches. 	<ul style="list-style-type: none"> - Les types de supports (matière, structure) et leur état. - Les procédés de réalisation. - L'ordre des opérations. 	CM L'apprenant(e) connaît et choisit les techniques les plus appropriées et les plus rentables pour rencontrer les exigences et les contraintes de la commande.
1bis.4.2. Identifier les matériaux et accessoires nécessaires à la réalisation.	-Identifier, dans les catalogues des fournisseurs, les matériaux et accessoires nécessaires.	(Cf : cours de Technologie publicitaire – 3.3.).	CM
1 bis.4.3. Repérer les propriétés spécifiques des matériaux et les contraintes inhérentes à leur mise en œuvre.	- Interpréter les indications techniques des fabricants.	(idem)	CM

1 bis. 5. Confronter le budget alloué et les coûts de réalisation (examen de faisabilité).

COMPETENCES COMPLETEES ET PRECISEES	CONTENUS OPERATIONNELS (SAVOIR-FAIRE)	CONTENUS ASSOCIES (SAVOIRS)	INDICATEUR DE MAITRIE DE COMPETENCE
1 bis.5.1. Calculer les quantités et les coûts des matériaux et accessoires nécessaires à la réalisation.	<ul style="list-style-type: none"> - Calculer des métrés. - Calculer des coûts. 	<ul style="list-style-type: none"> - Le calcul des surfaces. - Les quantités nécessaires suivant les conditionnements. - Les coûts des marchandises. 	CM A l'aide de références (catalogues, plans), l'apprenant(e) calcule les quantités de matériaux nécessaires et leur coût.
1 bis. 5.2. <i>Evaluer le temps nécessaire à la réalisation, les coûts de main-d'œuvre, la marge bénéficiaire.</i>			CEF/ CEP
1 bis.5.3. Etablir un devis.			CEF/ CEP

Fonction 2 : Produire des avant-projets (2D) conformes à l'identité visuelle souhaitée par le client.

2.1. Créer des avant-projets de signes graphiques (pictogrammes, symboles, emblèmes, logotypes, signes, lettres, sigles, croquis, etc...)

COMPETENCES COMPLETEES ET PRECISEES	CONTENUS OPERATIONNELS (SAVOIR-FAIRE)	CONTENUS ASSOCIES (SAVOIRS)		INDICATEUR DE MAITRISE DE COMPETENCE
2.1.1. Effectuer des <u>recherches</u> (manuelles, informatiques) de signes graphiques.	<ul style="list-style-type: none"> - Connaître ou rechercher et exploiter les sources adéquates. - Utiliser des techniques de capture et/ou de reproduction de signes graphiques. 	<ul style="list-style-type: none"> - Les banques de données existantes. - Le croquis, l'esquisse, le décalquage, la photocopie, l'usage du scanner et de l'imprimante. 	CM	L'apprenant(e) se constitue une banque d'images sur les thèmes qu'il doit traiter.
2.1.2. Appliquer les différentes <u>techniques de représentation</u> (perspectives, croquis d'observation, schématisations, représentations tridimensionnelles, etc...).	<ul style="list-style-type: none"> - Maîtriser le croquis d'observation - Connaître et appliquer les principes des perspectives d'observation à un, deux et/ou 3 points de fuite. 	<ul style="list-style-type: none"> - Observation des structures, des formes, des proportions, des composants, des textures, des valeurs, des couleurs, des motifs décoratifs, des effets d'ombre et de lumière et de la déformation perspective des modèles (objets, personnages, animaux , rues, constructions, voitures, végétation, paysages,...). - Le point de vue, ligne d'horizon, point de fuite central ou points latéraux, fuyantes horizontales ou obliques, perspective plongeante ou plafonnante, division égale des hauteurs, largeurs et profondeurs. 	CM	<p>A partir de modèles observés ou décrits, de consignes quant aux principaux éléments d'un projet, l'apprenant(e)</p> <ul style="list-style-type: none"> • trace diverses projections d'un objet, • réalise des dessins en perspective, • réalise, au moyen des techniques courantes de dessin, des croquis épurés de signes graphiques. <p>Les représentations sont conformes aux modèles (proportion, caractère et formes, consignes quant au point d'observation).</p>

COMPETENCES COMPLETEES ET PRECISEES	CONTENUS OPERATIONNELS (SAVOIR-FAIRE)	CONTENUS ASSOCIES (SAVOIRS)		INDICATEUR DE MAITRISE DE COMPETENCE
2.1.3. Exploiter les techniques classiques <u>de dessin de reproduction et d'expression</u> , à partir : -d'un modèle donné, -d'une description orale ou écrite, -des contraintes d'un cahier des charges.	- Maîtriser des techniques graphiques manuelles. - Transposer l'observation. - Transposer les formes observées sous un autre point de vue.	- Les techniques classiques de croquis (main levée, aquarelle, gouache, encre de Chine, crayons, feutres, etc...). - Le dessin d'illustration et/ou publicitaire. - La modification de la réalité par le dessin, l'invention, l'interprétation, la stylisation.	CM	Les croquis traduisent graphiquement différentes textures, les couleurs, les contrastes et les effets d'ombre et de lumière.
2.1.4. Traiter le rédactionnel en liaison avec le visuel.	- Identifier les éléments à mettre en évidence en fonction du but. - Choisir une traduction graphique de ces éléments en utilisant les techniques adéquates. - Vérifier la proportion du rédactionnel par rapport au support.	- Nature et lieu d'une manifestation, dates, plages horaires,...). - Iconographie. -Style et importance des textes et des images eu égard à l'intention.	CM	L'apprenant(e) ▪ conçoit et produit des documents médiatiques personnels cohérents du point de vue de leurs composants (couleurs, typographie, images, mise en page, etc...) ; ▪ effectue un choix judicieux des polices et attributs graphiques.
2.1.5. Sélectionner et agencer les couleurs.	- Associer une couleur à un effet psychologique (créer l'ambiance). - Harmoniser les couleurs. - Equilibrer l'expression de la forme, de la surface et de la couleur.	(cf : cours d'Analyse et esthétique du message publicitaire).	CM	L'apprenant(e) associe les principes théoriques relatifs aux couleurs, aux exigences du client.
2.1.6. Intégrer les composants des avant-projets.	- Agencer les compositions en fonction de l'effet recherché et de la hiérarchisation des éléments.	- Les facteurs d'expression. - Les facteurs d'équilibre. - Les types de composition. - Le chemin de lecture, les pôles d'attraction visuelle.	CM	L'apprenant(e) ▪ intègre textes et graphiques dans une illustration ; ▪ détermine le trajet visuel.

2.2. Opérer un choix parmi les avant-projets en vue de réaliser les maquettes de présentation

COMPETENCES COMPLETEES ET PRECISEES	CONTENUS OPERATIONNELS (SAVOIR-FAIRE)	CONTENUS ASSOCIES (SAVOIRS)		INDICATEUR DE MAITRISE DE COMPETENCE
2.2.1. Vérifier la conformité des avant-projets par rapport à la demande du client.	<ul style="list-style-type: none"> -Vérifier les caractéristiques du message (but, style, cadrage, complémentarité image/message). -Tester la perception du chemin de lecture et affiner en conséquence les projets sélectionnés. 	<ul style="list-style-type: none"> -L'application des notions de psychologie de la perception (couleurs, formes, volumes, typographie, etc.) 	CM	<p>L'apprenant(e)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ choisit l'avant-projet qui correspond le mieux aux exigences du client ; ▪ utilise un langage adapté pour argumenter son choix.
2.2.2. Participer à la sélection des projets à présenter au client et argumenter ses choix.	<ul style="list-style-type: none"> - Produire une argumentation adéquate. - Utiliser les termes spécifiques à la profession. 	<p>La cohérence vis à vis :</p> <ul style="list-style-type: none"> -du cahier des charges, -des objectifs de communication, -des choix esthétiques opérés. 	CM	

Fonction 2 bis : Produire des avant-projets (3D) conformes à l'identité visuelle souhaitée par le client

2 bis. 1. Créer des avant-projets d'aménagement d'espaces publicitaires.

COMPETENCES COMPLETEES ET PRECISEES	CONTENUS OPERATIONNELS (SAVOIR-FAIRE)	CONTENUS ASSOCIES (SAVOIRS)		INDICATEUR DE MAITRISE DE COMPETENCE
2 bis.1.1. Effectuer des recherches (manuelles, informatiques).	<ul style="list-style-type: none"> - Connaître ou rechercher et exploiter les sources adéquates. - Utiliser des techniques de capture et/ou de reproduction d'images. 	<ul style="list-style-type: none"> - Les banques de données existantes. - Le croquis, l'esquisse, le décalquage; la photocopie, l'usage de l'imprimante. 	CM	<p>L'apprenant(e) se constitue une banque d'images sur les thèmes qu'il doit traiter.</p>

COMPETENCES COMPLETEES ET PRECISEES	CONTENUS OPERATIONNELS (SAVOIR-FAIRE)	CONTENUS ASOCIES (SAVOIRS)		INDICATEUR DE MAITRISE DE COMPETENCE
2 bis.1.2. Appliquer les différentes <u>techniques de représentation</u> (perspectives, croquis d'observation, schématisations, représentations tridimensionnelles, etc...).	<ul style="list-style-type: none"> - Maîtriser le croquis d'observation. - Connaître et appliquer les principes des perspectives d'observation à un, deux et/ou 3 points de fuite. - Transposer du volume au plan et inversement. 	<ul style="list-style-type: none"> - Observation des structures , des formes, des proportions, des composants, des textures, des valeurs, des couleurs, des motifs décoratifs, des effets d'ombre et de lumière et de la déformation perspective des modèles. - Le point de vue, ligne d'horizon, point de fuite central ou points latéraux, fuyantes horizontales ou obliques, perspective plongeante ou plafonnante, division égale des hauteurs, largeurs et profondeurs. 	CM	<p>A partir de modèles observés ou décrits, de consignes quant aux principaux éléments d'un projet, l'apprenant(e)</p> <ul style="list-style-type: none"> • trace diverses projections d'un objet, d'un espace, • réalise des dessins en perspective, • réalise des croquis au moyen des techniques courantes de dessin. <p>Les représentations sont conformes aux modèles et au point d'observation choisi.</p>
2 bis.1.3. Exploiter les techniques classiques de <u>dessin de reproduction et d'imagination</u> , à partir : -d'un modèle donné, -d'une description orale ou écrite, -des contraintes d'un cahier des charges.	<ul style="list-style-type: none"> - Maîtriser des techniques graphiques manuelles. - Transposer l'observation. - Transposer les formes observées sous un autre point de vue. 	<ul style="list-style-type: none"> - Les techniques classiques de croquis (main levée, aquarelle, gouache, encre de Chine, crayons, feutres, etc.) - La modification de la réalité par le dessin, l'invention, ... 	CM	Les croquis traduisent graphiquement différentes textures, les couleurs, les contrastes et les effets d'ombre et de lumière.
2 bis.1.4. Sélectionner et agencer les couleurs.	<ul style="list-style-type: none"> - Associer une couleur à un effet psychologique (créer l'ambiance). - Harmoniser les couleurs. - Equilibrer l'expression de la forme, de la surface et de la couleur. 	(cf : cours d'Analyse et esthétique du message publicitaire).	CM	L'apprenant(e) associe les principes théoriques relatifs aux couleurs aux exigences du client.

2 bis. 2. Opérer un choix parmi les avant-projets en vue de réaliser les maquettes de présentation

COMPETENCES COMPLETEES ET PRECISEES	CONTENUS OPERATIONNELS (SAVOIR-FAIRE)	CONTENUS ASSOCIES (SAVOIRS)		INDICATEUR DE MAITRISE DE COMPETENCE
2 bis.2.1. Vérifier la conformité des avant-projets par rapport à la demande du client.	-Vérifier si les aspects caractéristiques de la demande ont été respectés (but, style, composants).	La cohérence vis à vis : -du cahier des charges, -des objectifs de communication, -des choix esthétiques opérés.	CM	L'apprenant(e) ▪ choisit l'avant-projet qui correspond le mieux aux desiderata du client ; ▪ utilise un langage adapté pour argumenter son choix.
2 bis.2.2. Participer à la sélection du (des) projet(s) à présenter au client et argumenter ses choix.	- Produire une argumentation adéquate. - Utiliser les termes spécifiques à la profession.			

Fonction 4 : S'intégrer dans le milieu professionnel

4.1. Communiquer avec la hiérarchie, les clients, les fournisseurs.

COMPETENCES COMPLETEES ET PRECISEES	CONTENUS OPERATIONNELS (SAVOIR-FAIRE)	CONTENUS ASSOCIES (SAVOIRS)		INDICATEUR DE MAITRISE DE COMPETENCE
4.1.1. Synthétiser une communication orale et écrite sous la forme d'un mémo.	-Rédiger un mémo en reformulant la demande pour s'assurer de la bonne compréhension du projet par le client	-Les acquis des cours de Français et d'Analyse et esthétique du message publicitaire	CM	L'apprenant(e) rédige un mémo pour synthétiser la demande du client.

5.1.4. EXEMPLES DE SITUATIONS D'APPRENTISSAGE :

a) succincts :

- Au départ d'une série de plans d'origine variée, repérer les similitudes et les différences de représentations symboliques et de conventions utilisées, notamment dans les indications relatives au bâti, aux servitudes, aux installations électriques, aux matériaux utilisés, etc...

- Créer des projets de panneaux transportables et combinables pour monter un stand faisant la publicité d'une section de l'école, lors de la Journée « Portes ouvertes ».
- Réaliser les projets de dépliants publicitaires (textes, photos) pour cette même section.

b) détaillé :

1. Titre : Création d'une nouvelle image de marque pour un salon de coiffure.

2. Compétences : (la plupart des compétences de base du cours).

3. Planification : 1^{er} trimestre

4. Durée : 8 périodes (les maquettes seront ensuite mises au net au cours d'Infographie).

5. Production et/ou prestation attendues :

- Recherche (à domicile) de documentation sur les différentes productions publicitaires dans le domaine.
- Recherches graphiques pour un nouveau logo (3 avant-projets, 1 projet à développer).
- Recherches graphiques pour les documents publicitaires habituels (carte de visite, folder avec intégration de 3 photos et de textes personnels, papier d'emballage pour les produits de beauté).

6. Matériel nécessaire: le matériel de dessin habituel, divers types de papiers.

7. Evaluation :

Critères :	Indicateurs:
respect des consignes :	<ul style="list-style-type: none"> - Tous les travaux demandés sont présents et complets ; - le délai de remise est respecté.
qualités techniques :	<ul style="list-style-type: none"> - Soin et précision des tracés, des collages (textes, photos) et de la mise en couleur.
qualités plastiques :	<ul style="list-style-type: none"> - Cohérence générale des différents éléments entre eux ; - harmonie des couleurs ; - équilibre dans la répartition des masses (textes et photos) ; - originalité de la production.

5.2. ANALYSE ET ESTHETIQUE DU MESSAGE PUBLICITAIRE

5.2.1. OBJECTIFS GENERAUX :

- Connaître les processus de communication en général.
- Percevoir et analyser les mécanismes de manipulation utilisés couramment par les médias publicitaires et leurs conséquences –conscientes ou inconscientes- sur nos comportements.
- Déceler les qualités esthétiques et publicitaires des différentes productions existantes.
- Favoriser la créativité et la recherche d'idées personnelles.
- Préparer ses propres réalisations en fonction du but poursuivi.

5.2.2. INDICATIONS METHODOLOGIQUES :

- Chaque élément théorique devra être illustré par des exemples concrets (images, diapositives, vidéo, CD- rom, Internet,...).
- L'étude et l'analyse des réalisations de grands publicistes pourront être utilisées comme point de départ de la mise en application d'un critère de création ou de conception de projets dans les autres cours.
- Réaliser des exercices individuels et/ou de groupe au départ d'une grille d'analyse qui énumère les critères et méthodes d'investigation des messages publicitaires.
- Favoriser l'échange en organisant des critiques collectives où chacun peut apporter une opinion personnelle, un exemple ou une expérience.

5.2.3. COMPETENCES ET CONTENUS :

Fonction 1 : Recevoir une commande de réalisation graphique de communication (2D)

1.4. Identifier le contexte de la commande de communication (historique, économique, financier...) : Qui commande ? Pourquoi ?

COMPETENCES COMPLETEES ET PRECISEES	CONTENUS OPERATIONNELS (SAVOIR-FAIRE)	CONTENUS ASSOCIES (SAVOIRS)	INDICATEUR DE MAITRISE DE COMPETENCE
1.4.1. Connaître la stratégie et les moyens d'une campagne publicitaire. <i>(PREREQUIS)</i>	- Identifier et analyser les différents médias publicitaires.	<ul style="list-style-type: none"> - Les médias : journaux, revues, affiches, « toutes boîtes », annonces radio, spots TV, prospectus, etc. - Les processus de communication en général (schéma de Jakobson, notions de psychosociologie,...). 	CM L'apprenant fait preuve d'une bonne connaissance des divers aspects d'une campagne publicitaire.
	<ul style="list-style-type: none"> - Identifier les composants des productions. - Analyser les interactions rédactionnelles / visuelles dans la construction de significations symboliques. 	<ul style="list-style-type: none"> - Les supports de communication. - La charte graphique à respecter. - Le contenu et la syntaxe du message : la marque, le slogan, la cible, la promesse, l'accroche.... - L'aspect technique et l'aspect esthétique de la réalisation : <ul style="list-style-type: none"> ▪ la typographie utilisée, ▪ la composition de l'image (lignes de force, dynamique, équilibre ou déséquilibre...), ▪ la couleur, la texture... - La dénotation et la connotation des images et des sons (hiérarchie de lecture, contenu explicite ou implicite, double sens). 	CM L'apprenant(e) analyse des messages graphiques selon une méthode structurée permettant : <ul style="list-style-type: none"> ▪ de dégager les significations (explicites, implicites) ; ▪ de cerner les interactions sémantiques des éléments d'une communication graphique.

COMPETENCES COMPLETEES ET PRECISEES	CONTENUS OPERATIONNELS (SAVOIR-FAIRE)	CONTENUS ASSOCIES (SAVOIRS)	INDICATEUR DE MAITRISE DE COMPETENCE
	<ul style="list-style-type: none"> - Etablir la hiérarchisation de perception des éléments du message. - Repérer les codes esthétiques, socio-culturels et historiques du commanditaire. 	<ul style="list-style-type: none"> - La sémiologie et la sémantique de l'image. - Les figures de rhétorique. - Le volet communication et/ou expression dans le chef de l'auteur. - Le choix, la symbolique des couleurs, des sonorisations, des animations éventuelles et leur harmonie générale. 	

Fonction 4 : S'intégrer dans le milieu professionnel

4.2. Actualiser ses informations.

COMPETENCES COMPLETEES ET PRECISEES	CONTENUS OPERATIONNELS (SAVOIR-FAIRE)	CONTENUS ASSOCIES (SAVOIRS)	INDICATEUR DE MAITRISE DE COMPETENCE
4.2.4. Acquérir une culture publicitaire.	<ul style="list-style-type: none"> - Se tenir au courant de l'évolution de la profession. 	<ul style="list-style-type: none"> - Historique et aspects actuels de la publicité en Belgique et dans le monde (grands noms, agences, mouvements artistiques en vogue,...). 	CM L'apprenant(e) fait preuve d'une bonne connaissance esthétique du métier et de son évolution.

5.2.4. EXEMPLES DE SITUATIONS D'APPRENTISSAGE :

- Visiter des salons, des magasins (avec prises de notes et de vues numériques) avant le travail d'analyse collective, en vue de l'acquisition des notions fondamentales.
- Analyser tous les moyens utilisés dans la campagne publicitaire d'une grande firme connue, à l'occasion d'une fête saisonnière.
- Rechercher le plus de documentation possible sur différents types de packaging originaux.
- Déceler, d'après une documentation photographique, les éléments qui déterminent l'ambiance particulière d'un environnement publicitaire.
- Déterminer les éléments qui caractérisent l'image d'une grande marque de parfum (ou d'un autre produit).

5.3. TECHNOLOGIE PUBLICITAIRE

5.3.1. OBJECTIFS GENERAUX :

- Connaître toutes les étapes des **techniques** de conception et de réalisation des différents moyens publicitaires existants (en 2 et 3D).
- Connaître les caractéristiques et l'emploi des différents **supports** usuels (papiers, cartons, bois, toile, etc.), des **produits** (colles, solvants encres, couleurs) et **outils** (pinceaux , brosses) à utiliser, ainsi que les caractéristiques spécifiques : conservation, altération dans le temps, produits de nettoyage.
- Assimiler **le vocabulaire** technique correspondant aux pratiques (lire, comprendre et expliquer un mode d'emploi)
- Encourager **la recherche d'une documentation et la création d'échantillons** en vue d'une utilisation adéquate dans les activités pratiques.

5.3.2. INDICATIONS METHODOLOGIQUES :

- Idéalement, le cours de technologie doit trouver **sa motivation et son prolongement** dans les autres cours à objectifs pratiques. Beaucoup d'enseignements d'ordre technologique sont indissociables du travail en atelier et -sous peine de se couper de l'intérêt des élèves- il ne faut pas vouloir tout expliquer par la théorie.
- Soucieux de coller aux exigences du métier, on s'en tiendra à **l'étude des supports, des outils et des techniques les plus usuelles** pour lesquels il sera **nécessaire de disposer d'un matériel à montrer** et susceptible de servir à de petites démonstrations.
- Par-delà la part informative, le professeur décrivant l'histoire et la fabrication des papiers, cartons, bois et toiles, fera collecter des échantillons aussi variés que possible. Il les fera **classer et nommer** chaque fois que la chose s'avèrera possible.
- La fonction « support » du papier ou du carton se double d'une fonction « matériau ». Ceci implique une attention à des notions telles que pliage, découpage, collage, etc.
- Tous les contenus cités ci-dessous ne doivent pas nécessairement être abordés.

Ils doivent être considérés comme des **suggestions** que le professeur abordera selon les circonstances et l'intérêt rencontré. Les indicateurs de maîtrise cernent bien les objectifs prioritaires.

- L'enseignant vérifiera aussi chez l'apprenant **la connaissance des règles d'hygiène, de sécurité et de respect de l'environnement.**

5.3.3. COMPETENCES ET CONTENUS :

Fonction 4 : S'intégrer dans le milieu professionnel.

4.2. Actualiser ses informations.

COMPETENCES COMPLETEES ET PRECISEES	CONTENUS OPERATIONNELS (SAVOIR-FAIRE)	CONTENUS ASSOCIES (SAVOIRS)	INDICATEUR DE MAITRISE DE COMPETENCE
4.2.1. Classer tout document professionnel (revues, catalogues, répertoires d'adresses, etc...)	- Se procurer et consulter de la documentation actualisée. - Créer et utiliser une grille de classement.	- Les filières techniques et commerciales (agence de publicité, imprimerie, organes de diffusion,...). - Les catalogues des fabricants. - Les répertoires d'entreprises. - Les modes d'emploi des matériels et des produits (graphiques et/ou informatiques).	CM
4.2.2. Se tenir au courant des évolutions de la profession, des matériels, des produits...	- Consulter des revues. - S'informer sur différents secteurs (industriels et/ou publicitaires).	- Les bureaux de tendances, les salons,... - Les nouveautés techniques et artistiques.	CM
<i>4.2.3 .Participer aux foires, expositions et salons professionnels.</i>			CEP

4.3. Choisir son outillage et ses matériaux.

COMPETENCES COMPLETEES ET PRECISEES	CONTENUS OPERATIONNELS (SAVOIR-FAIRE)	CONTENUS ASSOCIES (SAVOIRS)		INDICATEUR DE MAITRISE DE COMPETENCE
<p>4.3.1. Identifier les usages spécifiques des différents outils et procédés. <i>(PREREQUIS)</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> – Découvrir les produits utilisables et leurs caractéristiques. – Constituer la liste des outils utilisables et leur mode d'emploi. – Maîtriser les bases des procédés graphiques et picturaux susceptibles d'être employés. 	<ul style="list-style-type: none"> • Les différents types de <u>peintures</u>. • Les différentes sortes de <u>colles</u>. • Les <u>produits annexes</u> d'usage courant. • Les <u>pinceaux et les brosses</u> (qualité, prix, usage, durabilité). • L'aérographe, les pistolets à peindre. • Les crayons, plumes et marqueurs. • Les procédés <u>de préparation des supports</u>. • Les fonds et les liants gras/maigres : compatibilité et incompatibilité. • Les procédés <u>graphiques</u> : <ul style="list-style-type: none"> – les procédés à sec (crayon, pastel, fusain, crayon gras, etc.), leurs inflexions (continu, épais, sec, hachuré, pointillé, grisé, etc.) et leur dialogue ; avec les supports ; – les encres. • Les procédés <u>picturaux</u> : <ul style="list-style-type: none"> – l'acrylique, l'aquarelle, la gouache, le lavis: l'aplat, la transparence ; – le travail par tamponnement : les éponges, les tampons, les poncifs ; – le travail par frottement : sur surfaces grenues et sur reliefs divers. 	CM	L'apprenant(e) connaît les outils, procédés et matériaux nécessaires aux réalisations souhaitées.

COMPETENCES COMPLETEES ET PRECISEES	CONTENUS OPERATIONNELS (SAVOIR-FAIRE)	CONTENUS ASSOCIES (SAVOIRS)	INDICATEUR DE MAITRISE DE COMPETENCE
4.3.2. Identifier les supports les plus appropriés au travail à réaliser :	<ul style="list-style-type: none"> – Se documenter : <ul style="list-style-type: none"> • sur les différentes espèces de <u>papier</u> (selon leurs propriétés et leurs usages) ; • les principales espèces de <u>cartons</u> ; • les <u>toiles, tissus</u> et leurs propriétés essentielles ; • les <u>produits synthétiques</u> ; • les <u>panneaux</u> de bois massif, de contreplaqué ... 	<ul style="list-style-type: none"> • Les formats traditionnels et normalisés. • Les papiers manuels et industriels. • Le sens, la stabilité dimensionnelle relative, l'épaisseur, le grammage, la transparence et l'opacité (calque, cristal, paraffiné, vitrail, sulfurisé, cellophane, etc.), l'absorption. • La structure (Ingres, vélin, Japon,...) et l'aspect (brillant, glacé, lisse, satiné, mat, à grain). • Les imitations (peau d'éléphant, lézard, iguane, cuir, parchemin, métallisé, etc.). • Le décor (marbré, moucheté, cuve, etc.). • Le traitement(froissé, plié, déchiré, découpé, gouaché, recyclé...). • L'acidité, la résistance au pliage, à l'arrachage et au grattage, à l'humidité. • Les éléments suivants : <ul style="list-style-type: none"> - carte blanche, bristol, carton gris, bulle, plume, ondulé, carton à gratter ; - naturels : laine, coton, soie, lin,... ; - synthétiques : nylon, polyester,... ; - PVC, acrylate, acétate, tissu, vinyle. • Types et propriétés. 	CM L'apprenant(e) identifie et sélectionne les supports appropriés.

COMPETENCES COMPLETEES ET PRECISEES	CONTENUS OPERATIONNELS (SAVOIR-FAIRE)	CONTENUS ASSOCIES (SAVOIRS)	INDICATEUR DE MAITRISE DE COMPETENCE	
4.3.3. Identifier les techniques liées à la publicité.	<ul style="list-style-type: none"> – Se documenter sur les techniques d'impression et de reproduction. – Se documenter sur les techniques de mise en valeur des marchandises. 	<ul style="list-style-type: none"> • La gravure et les procédés en creux ou en relief. • Les procédés et /ou les machines reproduire (imprimante, offset, photocopie, photogravure, sérigraphie). • Les types et les techniques d'éclairage (stand, vitrine) : à incandescence, au néon, halogène,... • Les types et les techniques de présentation des marchandises (pose, accrochage, emballage,...); • Les types et les techniques de packaging. 	CM	L'apprenant(e) identifie les techniques et les procédures liées à la publicité.

4.4. Replacer son activité professionnelle dans le cadre général de l'entreprise et de son fonctionnement.

COMPETENCES COMPLETEES ET PRECISEES	CONTENUS OPERATIONNELS (SAVOIR-FAIRE)	CONTENUS ASSOCIES (SAVOIRS)	INDICATEUR DE MAITRISE DE COMPETENCE	
4.4.1. Identifier les activités des entreprises de l'amont et de l'aval.	- Connaître les différents stades de la production graphique et publicitaire.	- La chaîne graphique ; - les entreprises clientes ; - les sous-traitants.	CM	L'apprenant(e) identifie les acteurs de la chaîne graphique et publicitaire.

4.5. Identifier les contraintes du métier

COMPETENCES COMPLETEES ET PRECISEES	CONTENUS OPERATIONNELS (SAVOIR-FAIRE)	CONTENUS ASSOCIES (SAVOIRS)		INDICATEUR DE MAITRISE DE COMPETENCE
4.5.1. Identifier les services, juridictions et organismes liés à la vie professionnelle.			CEF/CEP	
4.5.2. Identifier ses droits et devoirs.			CEF/CEP	
4.5.3. Identifier les contraintes relatives au droit d'auteur.			CEF/CEP	
4.5.4. Respecter strictement les règles déontologiques spécifiques à la profession.			CEFCEP	

4.6 Développer des attitudes professionnelles.

COMPETENCES COMPLETEES ET PRECISEES	CONTENUS OPERATIONNELS (SAVOIR-FAIRE)	CONTENUS ASSOCIES (SAVOIRS)		INDICATEUR DE MAITRISE DE COMPETENCE
4.6.1. S'inscrire dans une perspective de formation permanente : -être disponible au renouvellement des techniques décoratives, -découvrir de nouveaux concepts publicitaires, -s'auto-former aux upgrades des logiciels de la profession.			CEF/CEP	

Fonction 5 : Appliquer les normes de sécurité et d'hygiène

5.1. Veiller à sa sécurité et à la sécurité des travailleurs.

COMPETENCES COMPLETEES ET PRECISEES	CONTENUS OPERATIONNELS (SAVOIR-FAIRE)	CONTENUS ASSOCIES (SAVOIRS)	INDICATEUR DE MAITRISE DE COMPETENCE
5.1.3. Interpréter les logos et indications des fabricants en matière de précaution à prendre dans la manipulation des produits (encres, couleurs, acides, détergents,...).	- Connaître les règlements en vigueur dans les différents domaines.	- Les précautions à prendre face à la toxicité de certains produits (respect des modes d'emploi), à la préservation de l'environnement et de la santé.	CM L'apprenant(e) connaît les réglementations concernant l'usage des produits.

5.3.4. EXEMPLES DE SITUATIONS D'APPRENTISSAGE :

- Collecter, classer et nommer différentes sortes de papiers pour se constituer un répertoire personnel.
- Réaliser de petits exercices sur différentes façons de plier des papiers pour créer du volume (emballages décoratifs).
- Créer une série d'échantillons de techniques particulières de peinture avec recherche d'effets spéciaux.
- Collecter des textes et des documents (titres, emballages, dépliants, slogans...), en caractériser les choix typographiques et les justifier au regard de la signification.
- Analyser différents logos existants et en rechercher des variantes personnelles.

5.4. INFOGRAPHIE ET IMAGE NUMERIQUE

5.4.1. OBJECTIFS GENERAUX :

- Conforter les bonnes habitudes d'utilisation d'un poste informatique; éviter les pertes involontaires de données ou la dégradation irréversible du matériel ; assurer rationnellement les fonctionnalités du clavier, l'archivage des dossiers.
- Vérifier (ou installer) la connaissance des fonctions de base de logiciels professionnels de traitement d'images et de mise en page dans leur version la plus récente possible; assimiler parfaitement leurs caractéristiques, leurs fonctionnalités et leur logique de développement.
- Pouvoir situer les différents postes DAO et PAO dans la chaîne graphique et savoir les utiliser correctement.
- Habituer l'élève à parfaire et à actualiser spontanément sa documentation professionnelle, via Internet notamment.
- Etre capable d'acquérir, d'élaborer, de produire et de traiter une image (personnelle ou imposée) et/ou un texte, de la conception à l'impression, en s'alignant sur les réglages prépresse professionnels.
- Réaliser des maquettes de dossiers, de dépliants en vue de la présentation finale d'un projet publicitaire résultant des recherches élaborées dans les autres cours et répondant à la demande d'un client.

5.4.2. INDICATIONS METHODOLOGIQUES :

Le premier souci consiste à vérifier l'installation effective d'une **logique d'utilisation** assurant un résultat qui, à l'aide **des chemins les plus courts**, réalise un **gain de temps et économise les moyens**.

Le professeur veillera particulièrement :

- à éviter la multiplication inutile, hasardeuse et parfois redondante des logiciels qui ont pour effet de saturer très vite les mémoires (économie des moyens) ;
- à intégrer et associer les notions acquises dans les autres cours afin de les appliquer et de les valoriser tant en Infographie qu'en D.A.O.

Outre que le travail en équipe fait gagner du temps, il contribue à donner du sens aux diverses interventions des professeurs concernés. On comprendra dès lors la nécessité de **coordonner les interventions au travers d'un planning** et par un décloisonnement régulier des cours. L'étendue des compétences à maîtriser et l'évolution permanente des techniques, des normes, des besoins et du graphisme nécessitent d'incessantes adaptations. La **disponibilité au changement** est donc une attitude primordiale à développer chez l'élève (et le professeur).

- La composition d'une mise en page, l'insertion de titres, textes et blocs de textes réclament l'intrication de notions de base de **typographie** et **d'infographie**.
- La rédaction de textes demande une bonne compréhension du sujet et une étroite collaboration avec le cours de français.

5.4.3. COMPETENCES ET CONTENUS :

Fonction 2 : Produire des avant-projets (2D, 3D) conformes à l'identité visuelle souhaitée par le client

2.1. Créer des avant-projets de signes graphiques (pictogrammes, symboles, emblèmes, logotypes, signes, lettres, sigles, croquis, etc...)

COMPETENCES COMPLETEES ET PRECISEES	CONTENUS OPERATIONNELS (SAVOIR-FAIRE)	CONTENUS ASSOCIES (SAVOIRS)	INDICATEUR DE MAITRISE DE COMPETENCE
2.1.1. Effectuer des recherches informatiques de signes graphiques.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Rechercher l'information au sein d'Internet et des réseaux. ▪ Utiliser les moteurs de recherche. ▪ Acquérir des images en choisissant le mode approprié et en paramétrant. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Les différentes sources possibles d'images (scannage, Web, banques de données, C.D., photos numériques, etc.). ▪ Les différentes méthodes d'acquisition et de stockage. ▪ Les paramètres. ▪ Les procédures d'importation, d'exportation et d'enregistrement. ▪ Les modes de résolution (DPI) des images selon le type de document à produire. ▪ Les modes de compression. 	<p>CM</p> <p>L'apprenant(e) se constitue une banque d'images sur les thèmes qu'il doit traiter.</p> <p>L'apprenant(e)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ différencie les images bitmap et vectorielles et identifie leur interaction ; ▪ importe des images de sources, résolutions et dimensions différentes ; ▪ règle la résolution des images numériques selon l'original et le type de sortie ; ▪ prend ces éléments en compte pour enregistrer et stocker l'image si nécessaire.
2.1.4. Exploiter les principales fonctions des logiciels DAO et PAO.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Utiliser les logiciels adéquats en fonction de la finalité du produit. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ L'imagerie vectorielle et bitmap. ▪ La nature des logiciels. 	<p>CM</p> <p>L'apprenant utilise les fonctions de base de logiciels DAO et PAO d'une manière autonome, efficace et rentable.</p>

2.2. Concevoir des images originales et/ou adapter des images existantes.

COMPETENCES COMPLETEES ET PRECISEES	CONTENUS OPERATIONNELS (SAVOIR-FAIRE)	CONTENUS ASSOCIES (SAVOIRS)		INDICATEUR DE MAITRISE DE COMPETENCE
2.2.1. Appliquer les procédures adéquates (numérisation et sauvegarde d'images, palette des couleurs, calques de travail) en fonction de la technique d'impression et du style d'imprimé.	<ul style="list-style-type: none"> Développer une démarche de recherche autonome. Réaliser des dessins à valeur illustrative et/ou publicitaire. Utiliser des périphériques de numérisation et d'impression. 	<ul style="list-style-type: none"> Les moyens et les méthodes en usage dans les différents logiciels. Les moyens classiques d'expression par le dessin. Les outils de mesure : règles, repères, grilles, échelles, origine et coordonnées, points de vue (selon le logiciel, donc en fonction de la destination). Les outils de dessin des logiciels choisis (par ex. : Illustrator et Photoshop) et les barres d'outils s'y rapportant. 	CM	<p>L'apprenant(e)</p> <ul style="list-style-type: none"> puise dans les techniques de base traditionnelles et infographiques des possibilités créatives ; diférencie les images bitmap et vectorielles ; identifie leur interaction ; importe des images de sources, résolutions et dimensions différentes ; règle la résolution des images numériques selon l'original et le type de sortie.
2.2.2. Déterminer les paramètres des outils (de dessin, de sélection, de transformation).	<ul style="list-style-type: none"> Utiliser les différents outils et régler les paramètres de transformation des images. 	<ul style="list-style-type: none"> Les outils de réglage des logiciels abordés. Les fichiers d'enregistrement : taille, poids, compression, modes. 	CM	<p>L'apprenant(e) convertit des images vectorielles en images bitmap et inversement.</p> <p>Il(elle) applique correctement les consignes de paramétrage.</p>
2.2.3 Appliquer les techniques de traçage et de modification des formes d'une image.	<ul style="list-style-type: none"> Utiliser les outils vectoriels. 	<ul style="list-style-type: none"> Outil plume, pathfinder,... Rotation/symétrie. 	CM	<p>L'apprenant(e) exploite correctement les paramètres de densité, colorimétrie, contrastes, luminosité, modes, conversion, transfert.</p>
2.2.4. Traiter les rendus (couleurs, lumière, ombres, matières).	<ul style="list-style-type: none"> Utiliser un nuancier et des outils de colorisation ainsi que des modes. Appliquer les effets et styles de calques. 	<ul style="list-style-type: none"> Outils dégradés, pipette, aérographe balance des couleurs, lumière-contraste, filtres, ... 	CM	

COMPETENCES COMPLETEES ET PRECISEES	CONTENUS OPERATIONNELS (SAVOIR-FAIRE)	CONTENUS ASSOCIES (SAVOIRS)		INDICATEUR DE MAITRISE DE COMPETENCE
2.2.5 Sélectionner, adapter, modifier ou créer des signes graphiques propres à un projet.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Adapter sa technique et son écriture graphique à l'effet souhaité. ▪ Réaliser des signes graphiques de manière autonome en respectant les consignes données ou un projet personnel. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Les moyens classiques de recherche. ▪ Les effets graphiques offerts par les divers logiciels et leurs possibilités de transformation. ▪ Les définitions des signes graphiques courants. ▪ Les normes de construction et les contraintes de sortie de ces signes. 	CM	L'apprenant(e) produit divers signes graphiques dont il commente les caractéristiques.
2.2.6. Exprimer un message en un pictogramme à partir de consignes.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Utiliser les outils vectoriels. 	Le logiciel Illustrator, par exemple.	CM	Le pictogramme correspond aux consignes de base.
2.2.7. Evaluer la lisibilité d'un signe.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Vérifier la définition de l'image et sa résolution à l'écran et à l'impression. 	<ul style="list-style-type: none"> • Les nuanciers visuels à l'écran et à l'impression. 	CM	L'apprenant adapte la résolution, la taille et les couleurs du document final.
2.2.8. Appliquer les techniques de sélection et de manipulation des sélections (agrandissement, réduction, inclinaison, rotation, inversion horizontale et verticale, etc...).	<ul style="list-style-type: none"> • Aligner et transformer une image. 	<ul style="list-style-type: none"> • Les outils de cadrage des éléments et/ou de l'image. 	CM	L'apprenant maîtrise les tailles et zones de travail ainsi que l'adaptation au format requis.
2.2.9. Appliquer les techniques de détourage et de sélection par les masques.	<ul style="list-style-type: none"> • Isoler les éléments graphiques et/ou photographiques. 	<ul style="list-style-type: none"> • Le tracé et les outils de détourage. 	CM	L'apprenant adapte une technique de détourage avec une finition pertinente à l'utilisation finale.
2.2.10. Utiliser les outils de retouche (extraction et ajout d'éléments, clonage, estompage, etc...).	<ul style="list-style-type: none"> • Réactualiser une image ou créer un photomontage réaliste. 	<ul style="list-style-type: none"> • Les outils de correction et de duplication. 	CM	L'apprenant nettoie l'image numérisée et intègre les images pour former un tout cohérent.
2.2.11. Utiliser le vocabulaire technique adéquat.	<ul style="list-style-type: none"> • Maîtriser le fonctionnement des programmes infographiques. 	<ul style="list-style-type: none"> • Connaissance des outils, palettes et modes. 	CM	L'apprenant utilise les termes infographiques adéquats.

COMPETENCES COMPLETEES ET PRECISEES	CONTENUS OPERATIONNELS (SAVOIR-FAIRE)	CONTENUS ASSOCIES (SAVOIRS)		INDICATEUR DE MAITRISE DE COMPETENCE
2.2.12. Réaliser des photos analogiques et/ou numériques, en fonction du travail à réaliser.	<ul style="list-style-type: none"> • Maîtriser le fonctionnement des appareils lors de la prise de vue. 	<ul style="list-style-type: none"> • Connaissance des caractéristiques et modes d'emploi des appareils et des règles de prise de vue. 	CM	L'apprenant utilise correctement les fonctions des appareils.
2.2.13. Transférer les images.	<ul style="list-style-type: none"> • Maîtriser le transfert de l'appareil numérique à l'ordinateur. • Scanner les images analogiques. 	<ul style="list-style-type: none"> • Les différentes méthodes de Transfert. • Les méthodes de numérisation des images analogiques. 	CM	L'apprenant utilise correctement les fonctions de transfert.
2.2.14. Appliquer les techniques de réglage de l'image à partir d'un logiciel de retouche.	<ul style="list-style-type: none"> • Accroître la valeur chromatique. • Equilibrer les niveaux de lumière. • Contraster les zones de l'image. 	<ul style="list-style-type: none"> • Les modes de réglage de l'image. 	CM	L'apprenant équilibre l'image sur le plan des teintes, des valeurs et des contrastes.
2.2.15. Choisir un format adéquat d'enregistrement.	<ul style="list-style-type: none"> • Analyser et appliquer l'enregistrement des différents fichiers et leurs finalités. 	<ul style="list-style-type: none"> • Les modes d'enregistrement et d'exportation des images. 	CM	L'apprenant sélectionne les extensions correctes pour l'exportation du fichier.
2.2.16. Traiter le rédactionnel en liaison avec le visuel.	<ul style="list-style-type: none"> - Identifier les éléments à mettre en évidence en fonction du but. - Choisir une traduction graphique de ces éléments en utilisant les techniques graphiques adéquates. - Vérifier la proportion du rédactionnel par rapport au support. 	<ul style="list-style-type: none"> - Nature et lieu d'une manifestation, dates, plages horaires,...). - Iconographie. - Style et importance des textes et des images eu égard à l'intention. 	CM	L'apprenant gère adéquatement l'équilibre graphique final.

2.3. Sélectionner et agencer les couleurs.

COMPETENCES COMPLETEES ET PRECISEES	CONTENUS OPERATIONNELS (SAVOIR-FAIRE)	CONTENUS ASSOCIES (SAVOIRS)		INDICATEUR DE MAITRISE DE COMPETENCE
2.3.1. Associer une couleur à un effet psychologique (création d'ambiances).	- Percevoir comment une couleur (ou un ensemble de couleurs) contribue à la création d'effets.	(cf : cours d'Analyse et esthétique du message publicitaire.)	CM	L'apprenant associe harmonieusement le choix des couleurs avec l'ambiance à créer.
2.3.2. Harmoniser les couleurs.		(idem)	CM	

2.4. Assembler les composants des avant-projets.

COMPETENCES COMPLETEES ET PRECISEES	CONTENUS OPERATIONNELS (SAVOIR-FAIRE)	CONTENUS ASSOCIES (SAVOIRS)		INDICATEUR DE MAITRISE DE COMPETENCE
2.4.1. Identifier les principaux éléments de la communication visuelle.	- Connaître les éléments de la communication visuelle et leur valeur respective.	- Les acteurs, les moyens matériels, les facteurs positifs ou négatifs,... - Les facteurs d'expression. - Les facteurs d'équilibre.	CM	L'apprenant(e) ▪ intègre textes et graphiques dans une illustration ; ▪ détermine le trajet visuel.
2.4.2. Déterminer l'organisation de la lecture des éléments (chemin de lecture).	- Agencer la composition en fonction de la hiérarchisation des éléments. - Equilibrer l'expression de la forme, de la surface et de la couleur.	- Les types de composition. - Le chemin de lecture, les pôles d'attraction visuelle.	CM	

5.4.4. EXEMPLES DE SITUATIONS D'APPRENTISSAGE :

a) succincts :

- Réaliser un projet général sous la conduite de l'enseignant avec des variantes individuelles (prise de contact avec le client, avec l'imprimeur, devis, projet, réalisation).
- Réaliser des photomontages (détourage, intégration d'éléments divers, etc...).

- Utiliser les masques de fusion et les couches alpha pour fusionner des images, etc.
- Créer des images à thème en traitant les transparences et les matières ; réaliser des textures particulières (enduire un objet ou un texte de rosée, le mettre en feu, etc...).
- Réaliser des documents-presse d'enseigne commerçante (folder recto-verso, cartes de visite, encarts publicitaires, enseigne pour vitrine, etc...).
- Réaliser un book au départ de ses projets personnels.
- Préparer des films en vue d'une impression quadrichrome en faisant un bon choix de trame.

b) détaillé :

- 1. Titre : Réalisation d'un dépliant de présentation pour un nouveau salon d'esthétique.**
- 2. Compétences :** celles reprises dans les fonctions 2.1, 2.2, 2.3, 2.4.
- 3. Planification :** 2^e trimestre.
- 4. Durée :** 5 périodes.
- 5. Production et/ou prestation attendues :** un dépliant de présentation, format A4, recto-verso, couleurs.
- 6. Pré-requis :**
 - maîtrise des outils de base sur Photoshop : outils de sélection, filtre, outil texte ;
 - maîtrise des outils de base sur Quark-X-press : bloc image, bloc texte, disposition de page.
- 7. Matériel nécessaire:**
 - un ordinateur équipé de Photoshop et Quark-X-press, relié à Internet/ documents ;
 - imprimante, scanner, papier.
- 8. Consignes particulières:** Le dépliant comprendra 1 feuille A3 recto-verso, pliée en 2 x A4 :
 - page de garde avec la photo du fauteuil,
 - double page intérieure : différentes vues du fauteuil et un descriptif détaillé ;
 - dernière page : bref historique de la création du fauteuil.

- 9. Démarche pédagogique :** 1) Explication du travail et distribution des documents nécessaires à la réalisation ;
 2) Croquis de mise en page à main levée ;
 3) Détourage et nettoyage des documents scannés (Photoshop) ;
 4) Réalisation de la mise en page et de l'intégration du texte (Quark-X-Press) et correction ;
 5) Impression du document.

10. Evaluation :

Critères :	Indicateurs :
-respect des consignes :	-le format final (A4) est respecté ; -impression A3 recto-verso couleurs ; -tous les éléments demandés figurent dans le document.
-qualités techniques :	-détourage soigné des documents ; -retouche photo.
-qualités esthétiques :	-harmonie des couleurs, matières ; -équilibre des masses (images et textes) ; -cohérence graphique de la mise en page.

5.5. PUBLICITE

5.5.1. OBJECTIFS GENERAUX :

- Exploiter les notions théoriques et les recherches abordées aux autres cours dans des **réalisations concrètes en 2D** (dossiers, maquettes d'affiches, lettrages promotionnels,...) **et en 3D**, à l'échelle ou en grandeur réelle (fabrication de maquettes, socles, présentoirs, installation et agencement de vitrines, stands, création d'un packaging,...).
- Installer de bonnes habitudes de travail et développer ainsi les qualités professionnelles des apprenant(e)s, notamment :
 - Utiliser correctement les outils et les techniques permettant ces réalisations.
 - Porter attention à la maintenance des outils personnels et respecter le matériel collectif de travail.
 - Développer la connaissance et le respect des règles d'hygiène et de sécurité ainsi que le respect de l'environnement en matière de choix et manipulation de produits.
 - Entrer en contact – par le biais de visites ou de stages notamment, mais aussi de commandes extérieures, de travaux pour tiers – avec le monde professionnel et ses exigences.

5.5.2. INDICATIONS METHODOLOGIQUES :

En partant d'éléments concrets de production professionnelle, l'enseignant veillera à faire établir par les élèves les divers moyens utilisés, leur chronologie, les méthodes de travail possibles, avant de procéder à l'exécution des projets. Il ne peut perdre de vue que toute production publicitaire est sujette à la rapidité, à l'exactitude et à la faisabilité technique d'exécution. Il est conseillé, dans chaque domaine de production, de **graduer les difficultés** des plus simples jusqu'aux plus complexes.

On se référera également à la philosophie des objectifs généraux pour établir la didactique du cours, sans oublier la nécessaire **coordination avec les autres cours** tant pratiques que théoriques et la corrélation indispensable entre les travaux exécutés en classe et les demandes provenant – réellement ou hypothétiquement – du monde professionnel.

5.5.3. COMPETENCES ET CONTENUS :

Fonction 3 : Assurer une production (maquette, lettrage, packaging, réalisation d'espaces publicitaires)

- **MAQUETTES DE PRESENTATION (3D)**

3.2. Réaliser une maquette à l'échelle d'un projet d'aménagement d'un espace publicitaire.

COMPETENCES COMPLETEES ET PRECISEES	CONTENUS OPERATIONNELS (SAVOIR-FAIRE)	CONTENUS ASSOCIES (SAVOIRS)	INDICATEUR DE MAITRISE DE COMPETENCE
3.2.1. Lister les éléments qui composeront la maquette.	-Choisir les matériaux nécessaires à la réalisation dans les limites d'un budget Alloué. -Evaluer les quantités et les coûts de matériaux pour la réalisation de la maquette. -Archiver les matériaux (récupération) disponibles. -Choisir éventuellement les éléments modulaires existants, adéquats et disponibles.	-La connaissance des matériaux. -Les référentiels documentaires, les catalogues avec prix unitaires, les cahiers de charges. -Les matériaux de récupération : trame, plastique, mousse, carton, balsa, pâte à modeler, fil de fer,... -Les accessoires pouvant intervenir dans la « mise en scène ».	CM L'apprenant(e) étudie son projet en tenant compte des conditions de réalisation. Il (elle) choisit ses matériaux dans les limites d'un budget. Il(elle) privilégie les matériaux de récupération.
3.2.2. Etablir la chronologie logique d'assemblage des éléments.	-Connaître les techniques de maquettisme et leurs étapes.	-Les étapes de développement des volumes (y compris les tenons éventuels), de tracé, de découpage, d'assemblage (collage, vissage, emboîtement,...).	CM L'apprenant(e) respecte l'ordre chronologique des étapes de la réalisation d'une maquette.
3.2.3. Appliquer les techniques permettant la transposition du projet à la maquette.	-Convertir les cotes recueillies sur place ou lues sur un plan et les reporter selon l'échelle choisie. -Adapter les éléments décoratifs à l'échelle.	-La méthode de changement d'échelle. -La transposition du plan au volume. -L'adaptation des accessoires de mise en scène à l'échelle.	CM L'apprenant(e) transpose correctement les éléments du projet à l'échelle voulue.
3.2.4. Maîtriser les gestes professionnels (coupe, pliage, assemblage).	-Appliquer les techniques de travail spécifiques aux différents matériaux : couper (droit, en biseau, en arrondi), percer, assembler, coller, plier, mouler, dégrossir, sculpter, peindre, etc. -Utiliser correctement les outils (manuels, électriques).	-Les outils spécifiques (de découpe, de serrage, de perçage,...). -Les produits (colles, attaches,...). -Les « finesse » de métier : P. ex. : tenir compte de l'épaisseur des matériaux et des tenons lors du découpage et de l'assemblage....	CM L'apprenant(e) fait preuve de soin et de précision dans les techniques de tracé, de découpage, de pliage, d'assemblage des éléments composant la maquette.

- **LETTAGE (2D)**

3.3. Réaliser une enseigne, un panneau publicitaire, une vitrine, une décoration publicitaire de véhicule, une bannière ainsi que toute réalisation sur supports nouveaux répondant à des demandes futures.

COMPETENCES COMPLETEES ET PRECISEES	CONTENUS OPERATIONNELS (SAVOIR-FAIRE)	CONTENUS ASSOCIES (SAVOIRS)		INDICATEUR DE MAITRISE DE COMPETENCE
3.3.1.Utiliser les outils (info)graphiques de création de lettres .	- Appliquer les techniques de retouches, de tracés, de modifications optiques, de numérisation, etc.	-Tracé : dessin à la plume. -Couleur : palettes de couleurs. -Retouche : outil tampon. -Découpe : outil plume. -Agrandissement, réduction : palette de redimensionnement.	CM	L'apprenant(e) identifie et met en œuvre les possibilités graphiques du DAO et du traitement d'images (tracés, dessins, couleurs, retouches, découpes, agrandissements et réductions).
3.3.2. Appliquer les techniques spécifiques (main levée, gabarits, lettres transferts).	-Maîtriser des techniques de dessin. -Choisir la technique appropriée au support. -Etablir les repères nécessaires à une mise en place correcte.	-Le dessin à l'échelle, l'agrandissement. -Le report de dessins, de lettres...sur certains supports particuliers, horizontaux ou verticaux, plats ou courbes...	CM Il (elle)	<p>L'apprenant(e)</p> <ul style="list-style-type: none"> - utilise correctement les techniques de dessin adéquates ; - choisit une forme de réalisation conforme à la commande (et les matériaux et techniques qui lui sont liés) : peinture, autocollant, bloc lumineux, néon, découpe en bois, pierre, métal, plexi, caisse galbée, ondulée, rivée de véhicule, etc...) ; - tient compte du support (verre, bois, métal, pierre, textile, plexi...) et de ses caractères (support plat, arrondi, lisse, granuleux, etc...). <p>- planifie la disposition et les dimensions du lettrage et trace les lignes guides appropriées ;</p> <p>- dispose harmonieusement le lettrage dans l'espace prévu.</p>

COMPETENCES COMPLETEES ET PRECISEES	CONTENUS OPERATIONNELS (SAVOIR-FAIRE)	CONTENUS ASSOCIES (SAVOIRS)		INDICATEUR DE MAITRISE DE COMPETENCE
3.3.3. Etablir une identité visuelle du message conforme aux desiderata d'un client.	- Vérifier la conformité de la production par rapport au cahier des charges.	- Les indications concernant le style, le caractère du message (cf. cours d'Analyse et esthétique du message publicitaire).	CM	L'apprenant(e) établit la conformité du message avec la commande.

3.4. Mettre en place un panneau, une enseigne, une signalisation, etc.

COMPETENCES COMPLETEES ET PRECISEES	CONTENUS OPERATIONNELS (SAVOIR-FAIRE)	CONTENUS ASSOCIES (SAVOIRS)		INDICATEUR DE MAITRISE DE COMPETENCE
3.4.1. Evaluer le support et les traitements nécessaires, préalables à la mise en place.	- Examiner l'état du support : état, structure, matière. - Déterminer les aménagements nécessaires.	- Solidité, propreté,... - Nettoyage, consolidation, fixation.	CM	L'apprenant(e) corrige l'état des supports si nécessaire et applique correctement les techniques de mise en place des lettrages.
3.4.2. Appliquer la(les) technique(s) de mise en place et maîtriser les gestes professionnels.	- Connaître les modes d'emploi propres à chaque technique et les appliquer.	-Le découpage des autocollants ou des lettres manuelles; -l'accrochage, le collage, la fixation.	CM	
3.4.3. Respecter les dispositions légales et réglementaires en matière de placement d'enseignes et de panneaux.	- Connaître les règlements en la matière et les appliquer.	- La réglementation en vigueur, les obligations locales,...	CM	L'apprenant(e) respecte les dispositions légales en la matière.

- **PACKAGING.**

3. 5. Choisir les matériaux

COMPETENCES COMPLETEES ET PRECISEES	CONTENUS OPERATIONNELS (SAVOIR-FAIRE)	CONTENUS ASSOCIES (SAVOIRS)		INDICATEUR DE MAITRISE DE COMPETENCE
3.5.1. Identifier les supports les plus appropriés au travail à réaliser: papier, carton, PVC, polyester, acrylate, cellophane, acétate, tissu, vinyle, etc...)	-Connaître et respecter les propriétés et les réactions des produits en relation avec les supports (altération de la couleur de certains supports par rapport au temps d'exposition demandé).	(Cf : cours de Technologie publicitaire).	CM	L'apprenant connaît et utilise correctement les matériaux adéquats ; il (elle) évite les matériaux trop lourds, trop légers, trop poreux, trop lisses,...
3.5.2. Interpréter les informations des fabricants quant aux spécificités des matériaux et accessoires.			CM	

3.6. Réaliser les calibres cotés (patrons) à l'échelle 1x1. Assurer la production (petites séries) et les finitions.

COMPETENCES COMPLETEES ET PRECISEES	CONTENUS OPERATIONNELS (SAVOIR-FAIRE)	CONTENUS ASSOCIES (SAVOIRS)		INDICATEUR DE MAITRISE DE COMPETENCE
3.6.1. Appliquer les techniques de production (traçage, découpage, pliage, collage, etc.) et de finition.	-Mesurer correctement les surfaces. -Utiliser les outils et les techniques adaptés pour tracer, découper et assembler.	(Cf : cours de Dessin-recherches-projets et cours de Technologie publicitaire).	CM	L'apprenant(e) applique correctement et économiquement les techniques de traçage, de découpage et d'assemblage.

- **REALISATION D'ESPACES DE PROMOTION PUBLICITAIRE.**

3.7. Sélectionner et/ou réaliser des accessoires. Implanter les composants de la vitrine, du présentoir et/ou de l'étalage.

COMPETENCES COMPLETEES ET PRECISEES	CONTENUS OPERATIONNELS (SAVOIR-FAIRE)	CONTENUS ASSOCIES (SAVOIRS)		INDICATEUR DE MAITRISE DE COMPETENCE
3.7.1. Appliquer des techniques publicitaires pour réaliser des présentoirs, des vitrines, etc...	<ul style="list-style-type: none"> - Différencier les types de supports de marchandises selon le genre de présentation, l'emplacement et l'environnement. - Savoir utiliser un éclairage optimal (quantité, orientation,...). 	Les techniques de collage, de fixation, de pliage, de découpe, de marouflage, de capitonnage, ...	CM	<p>L'apprenant(e)</p> <ul style="list-style-type: none"> - identifie dans les catalogues, les accessoires adéquats, les éléments modulaires préfabriqués ; - réalise différents accessoires publicitaires à partir de matériaux courants et de récupération ; - exprime son originalité et applique les principes relatifs au trajet visuel.

3.8. Monter un stand.

COMPETENCES COMPLETEES ET PRECISEES	CONTENUS OPERATIONNELS (SAVOIR-FAIRE)	CONTENUS ASSOCIES (SAVOIRS)		INDICATEUR DE MAITRISE DE COMPETENCE
3.8.1. Sélectionner les matériaux et outils nécessaires à l'installation.	<ul style="list-style-type: none"> - Se procurer les plans et listes de matériaux utilisables. - Choisir les matériaux les plus adaptés. 	<ul style="list-style-type: none"> -Les matériaux pour la construction du stand. -Les outils et les éléments de fixation et d'attache. 	CM	<p>L'apprenant(e)</p> <ul style="list-style-type: none"> - identifie et choisit les matériaux et outils nécessaires au montage du stand ; - applique les techniques adéquates de montage.
3.8.2. Maîtriser les gestes professionnels pour le montage.	<ul style="list-style-type: none"> - Appliquer les techniques d'assemblage en tenant compte des contraintes particulières du chantier. - Repérer les servitudes et effectuer les raccords. 	<ul style="list-style-type: none"> - L'ordre logique d'assemblage des éléments. - Les règles de sécurité et d'hygiène. 	CM	

3.9. Mettre en place les marchandises.

COMPETENCES COMPLETEES ET PRECISEES	CONTENUS OPERATIONNELS (SAVOIR-FAIRE)	CONTENUS ASSOCIES (SAVOIRS)		INDICATEUR DE MAITRISE DE COMPETENCE
3.9.1. Appliquer les techniques professionnelles et maîtriser les gestes professionnels.	-Connaître le matériel et les outils nécessaires aux différentes techniques et savoir les utiliser. -Disposer les éléments correctement en fonction de leur taille, de leur opacité...	- Les techniques de pliage, d'épinglage, de drapage, de suspension avec fil, etc. - La connaissance du trajet visuel.	CM	L'apprenant(e) - applique correctement les techniques nécessaires à la mise en place des marchandises ; - exprime son originalité et applique les principes relatifs au trajet visuel.
3.9.2. Appliquer des techniques d'animation dans un espace publicitaire.	- Connaître différentes possibilités pour animer une présentation. - Choisir et utiliser les techniques adéquates.	- Les différentes techniques possibles: vidéo, projection, animation mécanique, mobiles, souffleries, murs d'eau, etc...	CM	L'apprenant(e) - identifie les techniques les plus appropriées ; - applique correctement les techniques choisies.

Fonction 4 : S'intégrer dans le milieu professionnel

4.3. Choisir son outillage et ses matériaux.

COMPETENCES COMPLETEES ET PRECISEES	CONTENUS OPERATIONNELS (SAVOIR-FAIRE)	CONTENUS ASSOCIES (SAVOIRS)		INDICATEUR DE MAITRISE DE COMPETENCE
4.3.4. Sélectionner le matériel et les matériaux nécessaires à la réalisation.	-Utiliser le matériel et les matériaux à bon escient. -Comprendre et respecter les consignes d'utilisation des outils et produits.	-Le matériel manuel (outils, matériaux, techniques). - Le matériel informatique (appareils, logiciels, consommables). (Cf : cours de Technologie publicitaire).	CM	L'apprenant(e) choisit les matériels, outils, procédés, matériaux nécessaires et les utilise correctement et à bon escient.
4.3.5. Réaliser la maintenance du matériel.	– Connaître les techniques d'entretien et/ou de sauvegarde en fonction du type de matériel (tant en 2D qu'en 3D).	– Les procédés spécifiques pour les matériels manuels ou informatiques.	CM	

4.6. Développer des attitudes professionnelles.

COMPETENCES COMPLETEES ET PRECISEES	CONTENUS OPERATIONNELS (SAVOIR-FAIRE)	CONTENUS ASSOCIES (SAVOIRS)		INDICATEUR DE MAITRISE DE COMPETENCE
4.6.1. Organiser son travail.	- Concevoir et respecter un planning - Gérer son espace de travail.	- Ordre des opérations, calendrier... - Les outils, l'éclairage, l'ergonomie, la sécurité.	CM	L'apprenant(e) organise correctement son travail.
<i>4.6.4. Développer son autonomie, son sens des responsabilités, sa motivation.</i>			CEP	
<i>4.6.5. Chercher constamment la qualité du service et la satisfaction du client.</i>			CEP	

Fonction 5 : Appliquer les normes de sécurité et d'hygiène

5.1. Veiller à sa sécurité et à la sécurité des travailleurs.

COMPETENCES COMPLETEES ET PRECISEES	CONTENUS OPERATIONNELS (SAVOIR-FAIRE)	CONTENUS ASSOCIES (SAVOIRS)		INDICATEUR DE MAITRISE DE COMPETENCE
5.1.1. Respecter les impositions propres aux métiers.	- Connaître les règlements en vigueur et les appliquer.	(Cf : cours de Technologie publicitaire).	CM	L'apprenant(e) respecte les règlements relatifs à la sécurité.
5.1.3. Se conformer aux logos et indications des fabricants en matière de précaution à prendre dans la manipulation des produits.	(Cf : cours de Technologie publicitaire).	(idem)	CM	

5.2. Trier et évacuer les déchets et matières toxiques.

COMPETENCES COMPLETEES ET PRECISEES	CONTENUS OPERATIONNELS (SAVOIR-FAIRE)	CONTENUS ASSOCIES (SAVOIRS)		INDICATEUR DE MAITRISE DE COMPETENCE
5.2.1. Stocker les matières dangereuses de manière sécuritaire.	- Connaître les règlements en vigueur et les appliquer.	(Cf : cours de Technologie publicitaire).	CM	L'apprenant(e) respecte les règlements en matière de déchets.
5.2.2. Appliquer les dispositions légales et réglementaires en matière de rejet de matières toxiques et de déchets.	- Connaître les dispositions légales en la matière et les appliquer.	(idem)	CM	

5.3. Soulever et déplacer des charges encombrantes en toute sécurité.

COMPETENCES COMPLETEES ET PRECISEES	CONTENUS OPERATIONNELS (SAVOIR-FAIRE)	CONTENUS ASSOCIES (SAVOIRS)		INDICATEUR DE MAITRISE DE COMPETENCE
5.3.1. Adopter, en fonction des circonstances, des positions ergonomiques appropriées.			CEP	

5.5.4. EXEMPLES DE SITUATIONS D'APPRENTISSAGE :

- Réalisation d'un emballage original pour maillots de sport.
- Réalisation en relief (papier mâché) d'un sigle créé au cours de typographie, avec recherche d'un effet de matière.
- Réalisation d'un personnage de B.D. en grandeur nature, dépliable, de telle sorte qu'il puisse tenir debout et y intégrer un slogan publicitaire.
- Lors de la réalisation d'un stand publicitaire, intégrer le matériel de présentation (téléviseur, projecteur dias ou vidéo) dans un décor créé en fonction du style du produit à mettre en valeur.
- Au départ d'un « panneau d'ambiance » relatif à une saison précise, créer un espace publicitaire (vitrine, coin-expo) avec socle, fond, affiche, produit, éclairage, accessoires,...

6. EXEMPLE(S) DE SITUATION(S) D'APPRENTISSAGE INTEGREE(S)

1. Titre : Réalisation de documents promotionnels pour une mutualité.

2. Cours concernés : Dessin-recherches-projets / Infographie / Technologie publicitaire/ Publicité.

3. Compétences :

- . Identifier les éléments à mettre en évidence.
- . Sélectionner, adapter, modifier ou créer des signes graphiques propres au projet :
 - . Choisir l'image en fonction du message.
 - . Appliquer les techniques de traçage, de sélection, de détourage, de réglage et de modification d'image.
 - . Traiter les rendus.
 - . Choisir des modes colorimétriques et des formats de documents.
- . Appliquer les techniques de mise au net sur base de la maquette. Appliquer les techniques de production.
- . Argumenter ses choix.

4. Planification : 2^e trimestre.

5. Durée : 12 périodes.

6. Production et/ou prestation attendues :

Sur base d'une charte graphique et de documents (textes et photos numériques) fournis par le client, réaliser les documents promotionnels suivants :

. Une lettre de contact « Chers affiliés »

(mise en page, en-tête de lettre)

Programme infographique : par exemple, InDesign

. Une brochure explicative « Les avantages 2008 » (plusieurs pages)

Programme infographique : par exemple, Photoshop - InDesign

. Un dépliant promotionnel «Les stages-jeunes » (plis roulés)

(lay-out, traitement d'images, réalisation d'une maquette, importation d'images et de textes, dessin vectoriel > mise en page. Assemblage et création du fichier prêt à imprimer)

Programme infographique : par exemple, Photoshop - InDesign

. ***Une farde à rabats destinée à contenir ces documents***
(création graphique, découpe, modélisation)
Programme infographique : par exemple, Illustrator - Photoshop

7. Evaluation :

Critères :	Indicateurs :
- respect des consignes :	- Tous les travaux demandés (4) sont présents et au format voulu. - Le délai de remise est respecté. - Tous les éléments demandés par le client figurent dans les documents.
- qualités techniques :	- Détourage soigné des documents. - Retouche photo correcte.
- qualités esthétiques :	- Harmonie des couleurs et matières. - Equilibre des masses (images et textes). - Cohérence graphique de la mise en page. - Cohérence générale des différents produits. - Originalité de la production.

7. ORIENTATION BIBLIOGRAPHIQUE

En plus des nombreuses revues spécialisées ou de vulgarisation existant dans le domaine de l'infographie et des arts appliqués, on trouvera ici une liste -non exhaustive- d'ouvrages abordant certaines questions méthodologiques ou pratiques qui sont contenues dans ce programme :

- COCULA (Bernard) et PEYROUTET (Claude), *Sémantique de l'image*, 1986 ISBN : 2-206-00311-2
- DAUTUN (Jean-Pierre), *10 modèles d'analyse d'images*, Marabout, Alleur, 1995
- FRESNAULT-DERUELLE (Pierre), *L'image manipulée*, Edilig, 1983 -ISBN 2-85601-O30-X
- GAUTHIER (Guy), *Vingt leçons sur l'image et le sens*, Edilig, Paris -ISBN : 2-85601-009-1
- BOOTH-CLIBORN (Edward) et BARONI (Danièle), *Art graphique*, Nathan, Paris, 1979 -ISBN : 2-09-298102-1
- DUCA(Lo), *L'affiche*, PUF Que sais-je ?, Paris, 1963
- FRESNAULT-DERUELLE (Pierre), *L'image placardée*, Nathan université, Paris -ISBN : 209-190782-0
- GOUREVITCH (Jean-Paul), *Comprendre la publicité*, L'Ecole, Paris, 1975 -ISBN 2-211-97802-9
- VICTOROFF (David), *La publicité et l'image*, Denoël/Gonthier, Paris, 1978
- DUSONG (Jean-Luc) et SIEGWART (Fabienne), *Typographie, du plomb au numérique*, Dessain et Tolra, Paris, 1996
- PERROUSSEAUX (Yves), *Mise en page et impression, notions élémentaires*, Atelier Perrousseaux, Paris.
- POTTER (Tony), *Les lettres et la typographie*, Usborne, Londres, 1987, ISBN : O-7460-0369-2
- DUPLAN (Pierre) et JAUNEAU (Roger), *Maquette et mise en page*, Moniteur, Paris, 1989
- BINDER(Kate), *QuarkXPress*, CampusPress, Paris
- COUWENBERGH (Jean-Pierre), *Guide complet pour créer un serveur Web*, Marabout, Alleur
- LABBE (Pierre), *Photoshop*, Eyrolles, Paris
- LABBE (Pierre), *Illustrator*, Paris
- PLANT (Darrel), *Flash*, CampusPress, Paris
- SIEGEL (David), *Secrets des sites Web qui réussissent*, Simon et Schuster Macmillan, Paris
- TARIN TOWERS (J.), *Dreamweaver*, CampusPress, Paris
- COLE (Alison), *La perspective, la profondeur et l'illusion*, Gallimard, Paris
- Mc CLOUD, *La décoration, guide des styles et des techniques*, Dessain et Tolra, Paris, ISBN : 2-249-27832-6
- SLOAN (Annie), *Peintures et effets décoratifs*, Fleurus, Paris, 2000
- JOANNIS (Henri) & de BARNIER (Virginie), *De la Stratégie marketing à la Création publicitaire*, Dunod, 2^e éd. juin 2005.