

SYLLABUS BACHELOR DESIGN 360 MENTION INFOGRAPHIE MULTIMEDIA

Titre RNCP de niveau 6 Baccalauréat + 3 ans

Ce bachelor permet d'appréhender les métiers de designer graphique et numérique permettant la mise en valeur de l'image de marque de l'entreprise. Il permet d'acquérir des compétences pour intervenir dans des lieux d'activité divers de la communication

Durée de la formation : Trois ans.

Métiers : indépendant, salarié ou consultant pour une entreprise, une agence, le titulaire du Bachelor Design 360 mention en infographie multimédia, contribue à la conception de différents supports de communication.

Dans une structure professionnelle, il exerce son savoir-faire comme collaborateur de bureau de création ou de communication.

La première année du bachelor est une année d'initiation et de découverte du design graphique et numérique. Elle pose les bases du dessin dans ses différentes formes, elle permet d'appréhender les logiciels de représentation graphique, et surtout, cette première année ouvre l'étudiant aux approches de la créativité et des concepts dans le domaine de la communication.

La deuxième année et la troisième année de formation s'articulent entre les enseignements professionnels d'une part et les enseignements artistiques et généraux d'autre part. Elles croisent des apprentissages conceptuels et sémantiques liés au design graphique. En bachelor 2^e année, l'étudiant(e) doit atteindre sur l'ensemble des compétences et des enseignements un niveau de maîtrise satisfaisante afin d'être « autonome » en troisième année.

L'étudiant(e) en formation initiale bachelor doit effectuer 18 semaines de stages minimum durant sa formation. 6 semaines en première année, 6 semaines en fin de deuxième année et 6 semaines la troisième année d'études.

Ces stages obligatoires en agence donnent à l'étudiant la possibilité d'être en contact avec la réalité professionnelle. Ils facilitent sa future insertion dans la vie active, son intégration au sein d'équipes pluridisciplinaires, de bureaux d'étude de la section suivie.

PROGRAMME :

1^{re} année de BACHELOR 360 / Infographie Multimédia

Enseignement	ECTS	Heures hebdomadaires	Heures affectées semestre 1	Heures affectées semestre 2	Objectifs
Humanités	4	1,5	45	45	Approche en philosophie et LSH de la problématisation, de concepts fondamentaux, et des méthodologies appliquées. Acquérir une culture philosophique associée à l'exercice de capacités méthodologiques indispensables : questionner, organiser une pensée, l'exposer à l'écrit comme à l'oral.
Culture publicitaire	4	1,5	45	45	Connaître les grandes évolutions historiques de la création graphique. Identifier les différents courants de la communication du début du 20^e siècle à nos jours.
Outils d'expression et d'exploration créative	3	2	30	30	Mettre en œuvre différents outils d'expression, au service d'une intention. Être capable de montrer son travail d'expérimentations de façon cohérente et réfléchie, en relation avec ses intentions. Être capable d'articuler sa production à la démarche du projet concerné, par des moyens visuels, écrits, oraux.
Technologies et matériaux, Typographie et photo	2	4	60	60	Identifier et comprendre les différents métiers de la chaîne graphique et numérique. Appréhender les techniques de restitution matérielles des fichiers. Appréhender les différentes techniques d'impression. Découvrir le langage typographique autour du signe et de la mise en page. Maîtriser les paramètres fondamentaux de la prise de vue. Connaître les principaux moyens d'expression du médium photographique.
Outils et langages numériques	2	8	120	120	Approfondissement des outils de PAO CAO et Maîtrise des langages numériques au travers des logiciels InDesign (mise en page, édition) et Illustrator (outil vectoriel), Photoshop, Wordpress et Animate.
Langues vivantes	2	1,5	22,5	22,5	Harmonisation des niveaux de pratique de l'anglais, développement compréhension et expression orale et écrite.
Contextes économiques & juridiques et marketing	2	1,5	22,5	22,5	Mise en place d'une stratégie marketing au travers d'outil (Swott...).

Techniques et savoir-faire/ dessin académique	2	2	30	30	Découverte et sensibilisation sur la pratique graphique au travers divers mediums. Pratiques collaboratives, croiser les spécificités de champs techniques complémentaires. Pratiques et approfondissement d'une pratique spécifique.
Pratique et mise en œuvre du projet/ Communication visuelle	2	4	60	60	Microprojets ouverts sur différents champs de la création graphique. Expérimentation de la démarche de projet dans plusieurs champs de la création. Univers de la communication imprimé. Univers de la communication numérique.
Communication et médiation du projet/ culture artistique	2	2	30	30	Mettre en application les différents codes et modes de représentation et de communication vus en s1. Articuler ses choix de communication avec sa démarche de création. Approfondir sa compréhension des règles essentielles de composition, typographie, mise en page en relation avec ses choix de supports de communication.
Analyse de communication	3	2	30	30	S'initier aux différents codes et modes de représentation et de communication. Identifier différents moyens de représentation et de communication, savoir les analyser et les mettre en relation avec la démarche de création. Repérer la pertinence de choix opérés pour communiquer une démarche
Parcours de professionnalisation	2	0	0	0	Initiation et construction du parcours, individualisation, tutorat, visites d'entreprises, de laboratoires, de centres de recherches articulés au cours de technologies, matériaux et projet 6 semaines d'immersion professionnelle.
Stage en entreprise	0	0	0	210	

2 ° année de BACHELOR 360 / Infographie Multimédia

Enseignement	ECTS/se mestre	Heures hebdoma daires	Heures affectées semestre 1	Heures affectées semestre 2	Objectifs
Humanités	4	1,5	22,5	22,5	Réflexions sur la pratique du design et des métiers d'art, au sein d'enjeux actuels éclairés par la philosophie. Élaborer et examiner un certain nombre de notions transversales des domaines philosophique et esthétique, et, plus spécifiquement, mais non pas exclusivement, du design et des métiers d'art.
Culture des arts, du design /culture publicitaire	4	1,5	22,5	22,5	Repérer les courants actuels de la communication et identifier les nouveaux codes de communication.
Outils d'expression et d'exploration créative	3	1,5	22,5	22,5	Pratiques et productions croisées et associées à l'atelier de création et pratiques plastiques autonomes visant un projet créatif personnel et collaboratif.
Technologies et matériaux, Typographie et photo	2	5	75	75	Observer et analyser les travaux imprimés de la profession. Retrouver et justifier le fil créatif des choix techniques.
Production et langages numériques	2	6,5	97,5	97,5	Approfondissement des outils de spécialité et des langages numériques associés au projet. Apprentissage et maîtrise des logiciels After Effect, réseaux sociaux et UI/UX.
Langues vivantes	2	1,5	22,5	22,5	Culture internationale de références, pratique orale et écrite de la langue en lien avec le domaine professionnel.
Contextes économiques & juridiques/ marketing	2	1,5	22,5	22,5	Étude de cas et élaboration de projets collaboratifs et spécificités économiques et juridiques.
Techniques et savoir-faire	2	1,5	22,5	22,5	Pratiques collaboratives, croiser les spécificités de champs techniques complémentaires. Pratiques et approfondissement d'un champ spécifique.
Pratique et mise en œuvre du projet	2	4	60	60	Démarche de projet individuelle et spécifique à un champ professionnel Démarche de projet collaborative, problématique complexe et spécifique à plusieurs champs professionnels.
Communication et médiation du projet/culture artistique	2	1,5	22,5	22,5	Présenter, communiquer et valoriser son projet. Maîtriser et exploiter les différents codes et modes de représentation et de communication.

					Être capable de sélectionner des codes et modes de représentation au service de sa propre démarche. Rendre sa démarche de projet lisible et compréhensible par autrui
Analyse de communication et démarche de recherche	3	2	30	30	Problématiser et investiguer par la pratique (poser un sujet, définir une problématique, conduire un raisonnement impliquant la pratique).
Parcours de professionnalisation	1	1	15	15	Positionnement et enrichissement des compétences vis-à-vis du projet, recherche de partenariats.
Stage en entreprise	0	0	0	210	

3^e année de BACHELOR 360 / Infographie Multimédia

Enseignement	ECTS/se mestre	Heures hebdomadaires	Heures affectées semestre 1	Heures affectées semestre 2	Objectifs
Culture Branding et publicité	4	2	24	24	Être capable de définir une identité de marque. Être capable d'identifier, analyser et qualifier les besoins clientèles.
Conduite d'étude Marketing/ conception d'un plan de communication	4	3	36	36	Être capable de mettre en place un processus de veille de tendance. Être capable de conduire une étude marketing. Être capable de déterminer des actions à mettre en œuvre au regard de ses objectifs, de la composition de son marché, de sa cible clients/utilisateurs et du positionnement de son offre produit/service, concevoir le plan marketing /communication de l'entité cliente, en établissant son calendrier de réalisation et en définissant les moyens à allouer, les professionnels à mobiliser, et en veillant à la cohérence de l'ensemble au regard de la problématique à résoudre et des ressources et contraintes du projet.
Outils d'expression et d'exploration créative	2	2	24	24	Écriture et expression d'un point de vue plastique et didactique au service du projet personnel et de la poursuite d'étude.
Projet de communication et communication stratégique.	4	5	60	60	Être capable de concevoir et produire des outils et supports marketing/communication... Être capable de proposer un plan média on et offline. Mener des investigations sur une communication 360° et sur des prospectives digitales.

Pilotage et évaluation d'action Marketing et communication	4	5	60	60	Organiser et, superviser l'évaluation de la mise en œuvre des actions marketing/communication. En constituant les équipes et en organisant leurs modalités de travail, superviser la mise en œuvre des actions marketing et communication, en coordonnant et en assurant le suivi des contributions des différents professionnels impliqués, afin d'assurer l'atteinte des objectifs visés et de produire l'évaluation et le bilan des actions réalisées.
Stratégie d'entreprise en langue vivante	3	2	24	24	Connaître l'ensemble des statuts entrepreneuriaux existant. Être capable de choisir le statut juridique le plus en adéquation au projet professionnel.
Gestion financière et comptable de l'entreprise	1	1,5	18	18	Initiation au différent élément administratif de la gestion financière de l'entreprise.
Gestion de l'e-réputation et animation communautaire.	2	2	24	24	En cohérence avec son positionnement et sa stratégie globale de communication, gérer l'e-réputation et animer la communauté de clients/utilisateurs de son entité cliente, en mettant en œuvre les actions contribuant à la visibilité, l'audience et la fréquentation de ses supports en ligne, et en évaluant leur efficacité afin d'en identifier les possibilités d'optimisation (analytique).
Communication interne ; corporate et institutionnel	2	2	24	24	Être capable d'intervenir dans différentes formes de communication : interne, sociétale institutionnel...
Démarche de recherche	2	2	24	24	Construire un développement argumenté et étayé de références, rédiger un mémoire de projet précisant les choix et étapes clés de la démarche.
Stage en entreprise	1	0	0	210	Stage de préprofessionnalisation possible en lien avec le projet personnel. 6 semaines.
Parcours de professionnalisation	1	0		10	Argumentation, valorisation et promotion du projet personnel.