

PROFIL & COMPETENCES – 2^{ème} STAGE

BACHELOR EN DIRECTION ARTISTIQUE

QUEL EST LE PROFIL DE L'ÉTUDIANT EN BACHELOR DIRECTION ARTISTIQUE ?

L'étudiant de Bachelor en Direction Artistique suit un enseignement à temps plein sur 3 ans qui lui permet d'acquérir une compréhension globale du métier et de ses enjeux.

À même de s'inscrire dans un processus créatif en entreprise, il peut compter sur une méthodologie de réflexion qui lui permet d'appréhender des problématiques variées. Il possède une parfaite connaissance des outils nécessaires à la gestion de projets créatifs 360 (digital, audiovisuel, photo, print), un bagage approfondi dans l'image et son traitement, ainsi qu'une excellente maîtrise des logiciels graphiques de la suite Adobe.

La première année permet aux étudiants de s'approprier les connaissances de base. Puis à partir de la deuxième année, les étudiants découvrent le monde de l'entreprise, d'abord au sein d'un premier stage, puis à l'occasion d'ateliers professionnels et de workshops organisés en partenariat avec des sociétés.

Suite à une période de spécialisation, ce second stage se déroule en fin de 3^{ème} année, qui se termine avec la réalisation d'un travail de diplôme.

Après 3 ans de formation à CREA, l'étudiant est apte à devenir un directeur artistique junior autonome.

LES MATIÈRES ABORDÉES EN ANNÉES 2 ET 3

- Digital experience
- UX/UI/webdesign application
- Création & marque
- Direction artistique
- Photo & audiovisuel
- Traitement de l'image
- Motion design
- Design graphique
- Expression verbale
- Workshops
- Concours inter-écoles
- Teambuilding

DIGITAL EXPERIENCE

Objectif : Apprentissage des process d'activation digitale & Social. L'objectif est de brosser un rapide tableau des possibilités offertes par le média digital dans un univers en perpétuel mutation.

Contenu et attentes : Mise en application des process d'activation digitaux & sociaux dans le cadre d'une campagne transversale avec un regard éclairé sur les aspects multiscreen (usability/ergonomie) - Participation à un concours inter-écoles.

CRÉATION & MARQUE

Objectif : Acquisition des connaissances liées à la création publicitaire et mise en application des savoirs acquis au sein d'ateliers pratiques.

Contenu et attentes : Apprentissage du processus créatif et de ses applications au sein de stratégies de marques - Élaboration et mise en œuvre de concepts créatifs appliqués au print, au dispositif de guérilla marketing, aux médias sociaux, au buzz digital et aux applications mobiles - Participation à des concours inter-écoles.

Workshop : L'un des temps forts du cursus pour une découverte de l'entreprise ; les étudiants répondent à une problématique de marques auprès de véritables mandants.

DIRECTION ARTISTIQUE

Objectif : Apprentissage de la création d'univers visuels jusqu'à leur réalisation concrète.

Contenu et attentes : Exploration, compréhension et élection de styles visuels, travail sur l'équilibre texte image - Réalisation de plusieurs projets visuels aboutis pour différents supports - Connaître la fonction des éléments textuels d'une création (slogan, signature de marque, bodycopy).

Atelier Mois de l'image : Compréhension et mise en pratique de toutes les étapes de réalisation d'une campagne print, de l'idée à la composition de l'image et du moodboard, de la note d'intention (casting, repérages, stylisme) jusqu'à la PPM, du suivi du shooting à la sélection de l'image et sa retouche, de la mise en page à la réalisation finale.

PHOTO & AUDIOVISUEL

Objectif : Construction et décodage de l'image grâce aux techniques avancées de prises de vue et de vidéos.

Contenu et attentes : Compréhension et analyse de l'image - Connaissance et mise en application des différentes étapes de production (prise de vue, production, post production) - Mise en pratique avancée du traitement de l'image (ateliers spécifiques photo & retouche «A la manière de...») - Création et application sur motion design.

Atelier Mois de l'image : Un mois intégral à la découverte du process global de prise de vue, direction et réalisation de photos publicitaires avancées.

QUELLES SONT LES COMPÉTENCES ATTENDUES D'UN ÉTUDIANT LORS DU DEUXIEME STAGE ?

Sous la supervision d'un responsable de stage (créatif senior, directeur artistique, directeur de création), l'étudiant doit être en mesure d'appliquer l'enseignement reçu:

- Intégration dans un flux de travail
- Compréhension des attentes professionnelles
- Appréhension des enjeux d'un mandat et de son environnement (objectifs, cible, contraintes, univers de marques,...)
- Réflexion créative et compréhension des enjeux stratégiques de la marque
- Réflexion créative sur des projets multicanaux (print, TV, réseaux sociaux, site web et application mobile)
- Prise de brief et échange créatif avec le client ; gestion des aller-retours clients
- Exécution et déclinaison d'univers visuels cohérents (ex. design appliqué aux contraintes graphiques dans le respect d'une charte)
- Maîtrise de la suite Adobe et de la chaîne graphique
- Acquisition des principes avancés du traitement de l'image
- Capacité de suivre toutes les étapes d'un shooting photo
- Réalisation de documents audiovisuels finalisés

RÉMUNÉRATION

Celle-ci se situe entre CHF 1'000.- et CHF 2'000.- d'entente avec l'étudiant/e – Rémunération différente à l'étranger.