

Écosystème des médias imprimés

Domaine	Ingénierie et Architecture
Filière	Ingénierie des médias
Orientation	Ingénierie des médias (IM)
Mode de formation	Plein temps

Informations générales

Nom	: Écosystème des médias imprimés
Identifiant	: EcoPrint
Années académiques	: 2021-2022, 2022-2023
Responsable	: Natacha Cattin
Charge de travail	: 35 heures d'études
Périodes encadrées	: 32 (= 24 heures)

Semestre	E1	S1	S2	E2	S3	S4	E3	S5	S6
Cours					32				

Connaissances préalables recommandées

Bases Adobe Creative Suite ou équivalentes, bases de graphisme (typographie, mise en page et principe de grille, notions sur les couleurs), bases en culture visuelle, base en histoire de l'art est un plus.

Objectifs

- Connaître et comprendre les caractéristiques de **conception** des produits imprimés à l'ère du numérique: outils, vocabulaire, bonnes pratiques graphiques, possibilités et limites conceptuelles des imprimés en regard de la production numérique de contenu.
- Connaître et comprendre les caractéristiques de **production** des produits imprimés à l'ère du numérique: techniques d'impression en fonction des besoins et des usages envisagés, de l'impression typographique à l'impression numérique, de l'impression d'art à l'impression de masse.
- Connaître les caractéristiques de **diffusion** des produits imprimés à l'ère du numérique: du publipostage aux grandes plateformes numériques
- Analyser une demande client et établir une recommandation précise et argumentée: choix de la technique et du support d'impression, du format en fonction du contenu et du contexte, utilisation d'un vocabulaire spécifique, évaluation des coûts de conception et de production, rédaction d'une demande d'offre auprès de prestataires, présentation de la recommandation
- Appliquer certaines de ces caractéristiques dans un projet de création d'un produit imprimé simple à partir d'une demande client réelle.

Contenu et formes d'enseignement

Répartition des périodes indiquée à titre informatif.

Cours: 32 périodes

- Connaître et comprendre les caractéristiques de conception des imprimés	4
- Connaître et comprendre les caractéristiques de production des imprimés	4
- Connaître les caractéristiques de diffusion des imprimés	4
- Analyser une demande client et établir une recommandation	4
- Projet formatif (suivi groupe et atelier)	4

- Visite d'une imprimerie avec équipement numérique et offset 4
- Intervenant-e extérieur-e: spécialiste technique (papier, façonnage) 4
- Evaluations (ex. QCM et présentation de projet) 4

Bibliographie

- Kristina Nickel, Ready to Print, 288 pages, Ed. Gestalten-Verlag 2010
- Francesco Franchi, Designing News, Changing the world of editorial design and information graphics, Ed. Gestalten-Verlag, 2013
- Damien et Claire Gautier, Mise en page(s), etc. Manuel, Ed. Pyramid, lien
- Louella Fernandes, Print renaissance: The value of print in the age of distraction, 2017, lien, consulté le 16.06.2020
- DataArt, Print or Digital Media — The Battle is Far From Over, lien, consulté le 16.06.2020

Contrôle de connaissances

Cours : L'acquisition des matières de cet enseignement sera contrôlée au fur et à mesure du cours par des tests et des travaux personnels tout au long de son déroulement.

Calcul de la note finale

Note finale = moyenne cours x 1