

Solution TD N°2

Exercices 1 :

1. L'infographie : est la discipline qui traite des images numériques. Elle exploite des outils d'acquisitions, de manipulation et de stockage. Quant au design est une activité productive exploitée par les sociétés, vise à générer de nouvelles formes et compositions.
2. Un langage graphique (langage de programmation visuelle) est un langage de programmation qui permet aux utilisateurs de créer des programmes en manipulant des éléments de programme *graphique* plutôt que par les spécifiant *textuellement*. il permet de programmer des expressions visuelles, des arrangements spatiaux de texte et des symboles graphiques, utilisés soit comme éléments de syntaxe ou notation secondaire .
3. La ligne, La couleur, La texture, La forme, Le volume, etc
4. La création se définit comme une action qui tire du néant. La création est cette manière ou façon de faire des choses qui on leur source l'imagination et la créativité L'imagination est cette inspiration créatrice de tirer les choses du mental vers une réalité quelconque. Quant à la créativité est la capacité à imaginer et produire une grande quantité d'idées ou de concepts permettant de réaliser de façon efficace un effet ou une action donnée.
5. La création publicitaire passe par un processus dont les étapes sont les suivantes
 - **Brief client** : le client exprime ses objectifs de communication.
 - **Brief créatif** : phase d'étude de projet (demande du client) par les chefs de publicité et proposition d'un contenu (les choix, les messages, etc)
 - **Réunion de briefing** : phase de discussion du brief créatif (procéder à donner des éclaircissement et de répondre à toute question menée).
 - **Réflexion créative** : phase de d'organisation de réalisations (penser à esprit de groupe).
 - **Débriefing** : phase de débat avec l'objectif de présenter et de défendre le concept et ses pistes
 - **Conception des propales** : la conception de maquettes définitives que l'on présentera au client

6. les éléments qui constituent une création publicitaire principalement sont :

- **L'accroche** : est un court élément dont la fonction est d'attirer l'attention sur un message publicitaire ou d'éveiller la curiosité afin de provoquer la lecture, le visionnage ou l'écoute du message.
- **Élément visuel** : est composé des éléments graphiques ou images d'une annonce publicitaire. Le visuel joue un rôle d'accroche ou vient illustrer le propos, il participe pleinement à l'efficacité publicitaire.
- **Texte** : le texte publicitaire peut être développé à partir de textes argumentatifs (car ils exposent les raisons qui devraient amener le lecteur à profiter du service en question), de textes descriptifs et de textes narratifs.
- **Signature (Baseline)** : La signature publicitaire est le slogan ou la phrase qui ponctue une annonce publicitaire. La base line ou signature peut être attachée ponctuellement à une campagne ou plus souvent être une signature permanente ou de moyen terme de la marque (logo symbolique, logo figuratif, logo typographique, code couleurs, signature sonore,

Exercice 2 :

1. La synthèse additive : Les écrans et les projecteurs de télévision et d'ordinateurs utilisent le procédé de la synthèse additive. Par ailleurs, la peinture, l'encre et l'impression, etc utilisent le procédé de la synthèse soustractive.

2. La fréquence de la couleur jaune :

Données :

Soit $\lambda = 580 \text{ nm} = 580 \cdot 10^{-9} \text{ m}$ (la longueur d'onde varie entre 560 et 590)

$$c = 300 \cdot 10^6 \text{ m/s}$$

Règle:

$$\lambda = c \cdot T \text{ avec } T = 1/f$$

$$f = c / \lambda$$

Application:

$$f = 300 \cdot 10^6 / 580 \cdot 10^{-9}$$

$$f = 517 \cdot 10^{12} \text{ Hz}$$

3. Une nuance de gris
4. Synthèse additive