

- Atelier de l'option

Albert Vincent

Objectifs

En fin de 3ème année, l'étudiant doit être capable de :

Faire preuve d'autonomie et de travailler en groupe.

De s'approprier un briefing pour développer une stratégie publicitaire

De développer une solution créative pour un besoin de communication.

De formuler une idée au travers d'un rough, d'une maquette, d'un story-board, etc.

De décliner un concept sur différents supports ou suivant des cibles différentes.

De comprendre et de mettre en place un plan de campagne.

Contenu

3 briefs pour clôturer le Q1 :

Création d'une campagne interactive pour inciter la cible à partager les valeurs de la marque sur le lieu de vente (event, digital, activation de marque, etc.)

Participation à 2 concours professionnels à savoir le StuMPA et le New Talent Award.

Méthode d'enseignement et d'apprentissage

L'atelier se base sur la **pédagogie par projet**, une **pédagogie active** qui permet de générer des apprentissages à travers la réalisation de campagne publicitaires. L'engagement dans le projet induit un dialogue entre le professeur et l'étudiant, un suivi individualisé.

Recherches en équipes, mises en commun, suivis individuels.

Présentation dynamique sous forme de cases movie.

Bibliographie

Non obligatoire

Mode d'évaluation pratique

Évaluation formative : chaque module est associé à un briefing mettant en application la théorie vue.

Les critères d'évaluation sont la recherche, la créativité et la maîtrise technique.

Le critère « respect du briefing est une condition à l'évaluation.

Attention : aucun travail ne sera évalué sans avoir été suivi par le professeur

Évaluation continue au travers de projets réalisés en classe et en dehors des heures de cours.

Une pondération sera appliquée aux différents projets pour refléter leur importance dans le quadrimestre.

Support de cours

Support de cours : vous pouvez vérifier si un support de cours est requis pour ce cours sur MyIntranet > mes études > mes cours