

- Atelier de l'option Cannella Maria

Objectifs

- Faire preuve d'autonomie et être capable de travailler en groupe.
- Apporter une solution créative à un problème de communication posé.
- Formuler une idée au travers d'un rough, d'une maquette, d'un story-board,...
- Décliner un concept dans le temps, sur différents médias ou suivant des cibles différentes.
- Mettre en place une stratégie de communication dans une campagne axée brand-content.
- imaginer des CTA créatifs et participatifs
- Création de campagne 360°
- Présenter un travail de qualité professionnelle.
- Porter un regard critique sur sa proposition créative et la stratégie poursuivie.

Contenu

- Exercices principalement axés sur la notion de campagne (utilisation de plusieurs supports dans la même action).
- Exercices intégrant les connaissances acquises dans les différents cours, années précédentes comprises.
- La mécanique publicitaire et le Brand-content
- Participation aux concours organisés par le monde professionnel.

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 d'une campagne publicitaire. L'engagement dans le projet induit un dialogue entre le professeur et l'étudiant, un suivi individualisé.

Bibliographie

Non obligatoire

Mode d'évaluation pratiqué

- Evaluation formative : chaque module est suivi d'un travail mettant en application la théorie vue.
- Les critères d'évaluation peuvent donc varier d'un travail à l'autre.

Les critères constants sont la créativité, le respect du briefing, la mécanique de la campagne et l'interaction avec la cible.

La somme des différents travaux établit la cotation. Il faut obtenir 10/20 pour réussir.

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

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