

- Publicité atelier
Albert Vincent

Objectifs

Objectifs

Au terme de l'UE Atelier de l'option, l'étudiant est capable de :

- démontrer sa créativité et argumenter ses choix à travers ses références et ses recherches graphiques et conceptuelles (C2, C4, C9)
- Gérer les différentes étapes de son travail dans le respect des contraintes liées à la demande (C7)
- Développer et mettre en forme un projet créatif respectant le briefing (C1, C5)

Contenu

Contenu :

- Recherche de concepts publicitaires d'un point de vue pratique :

Mise en forme du concept en adéquation avec le produit (sens large du mot), sa promesse et sa cible en expérimentant les différents langages de la communication (Rough, layout, rédaction publicitaire, typographie, techniques graphiques, infographie, ...)

Méthode d'enseignement et d'apprentissage

Méthodes d'enseignement et d'apprentissage

Pédagogie inductive par une démarche d'essais-erreurs.

Analyse par des mises en commun

Méthodes expositive et interrogative

Bibliographie

LA PUBLICITE CREATIVE – M. Pricken – Pyramyd

LES FONDAMENTAUX DE LA PUB - Pyramyd

STRATEGIES PUBLICITAIRES – De l'étude mercatique au choix des médias – Luc Marcenac, Alain Milon, Serge-Henri Saint-Michel – collection Synergies chez BREAL

LES MOTS DE LA PUBLICITE – Blanche Grunig – Presses du CNRS

Mode d'évaluation pratiqué

Les critères d'évaluation sont les suivants :

- Respect du briefing
- Créativité
- Maîtrise technique
- Impression générale

En cas de force majeure, le suivi du jury de fin d'année se ferait via mail et vidéoconférence. L'évaluation de celui-ci serait organisée via vidéoconférence avec dépôt du travail sous forme de fichiers numériques sur une plateforme choisie de commun accord min 1 jour avant la défense. La défense du travail se ferait également via vidéoconférence avec la participation des professeurs habituels.

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](#)