ESA - Saint-Luc Liège
Bd de la constitution, 41
4020 Liège
Tél : 04 / 341.80.00

- Publicité atelier

Cannella Maria

Objectifs

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

- Faire preuve d'autonomie et de travailler en groupe.

- Comprendre un briefing.

- D'apporter une solution créative à un problème de communication posé.

- De visualiser une idée au travers d'un rough, d'une maquette, d'un story-board,…

- De décliner un concept dans le temps, sur différents médias ou suivant des cibles différentes.

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

- De présenter un travail de qualité professionnelle

Contenu

- Exercices principalement axé sur la notion de campagne (utilisation de plusieurs supports dans la même action).

- Exercices intégrants les connaissances acquises dans les différents cours, années précédentes comprises.

- Notions de média-planing.

- Notions de budget.

- Relation avec le monde professionnel.

Méthode d'enseignement et d'apprentissage

- Exercices et travaux en atelier, individuel et/ou en groupe

- Modules théoriques sous forme inductive principalement

- Analyse

Bibliographie

LE PROCESSUS DE CREATION PUBLICITAIRE Henri Joannis Dunod entreprise

LE PUBLICITOR B. Brochand-J. Lendrevie. Dalloz.

MERCATOR (Théorie et pratique du marketing). J. Lendrevie-Lindon. Dalloz.

GUIDE DE LA COMMUNICATION POUR L'ENTREPRISE Rémi Pierre Heude. Maxima.

© ESA Saint-Luc Liège | 2025 | Tous droits réservés

POUR COMPRENDRE LES MEDIA Marschall Mc Luhan Points

LA PUBLICITE SELON OGILVY David Ogilvy Dunod

HISTOIRE DES MEDIAS Frédéric Barbier Catherine Bertho Lavenir Armand Colin.

ENTREPRISE ET SEMIOLOGIE B Fraenkel –C Legris Desportes.

LES 10 CAMPAGNES DU SIECLE JL Swiners JM Briet MV§A/RV Conseil

LE SAUT CREATIF, LA DISRUPTION, LA PUBLICITE AUTREMENT JM Dru

Mode d'évaluation pratiqué

Evaluation sur le premier quadrimestre pour 50% des points total de l'année.

Somme des différents travaux réalisés lors du premier quadrimestre.

Réussite à 10/20

1/ PARTICIPATION AU COURS et EVOLUTION DU PROJET (en fonction du timing indiqué dans chaque brief) > 25% des points
- carnet de recherche
- intervention lors des mises en commun et réactivité

2/ RESPECT DU BRIEFING > 25% des points
- Stratégie de communication
- Stratégie créative
- Stratégie média
- Synthétiseur

3/ L'IDEE / LE CONCEPT > 25% des points

4/ CONCEPTION GRAPHIQUE et EXECUTION FINALE > 25% des points

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

© ESA Saint-Luc Liège | 2025 | Tous droits réservés