Atelier publicité
PU200

Responsable UE
Vincent Albert

Président de jury
Roland Decaudin

Secrétaire de jury
Dominique Mangon

Contact
service.etudiants@saint-luc.be
+32 4 341 81 33

Bloc 2 • Cycle 1 • Niveau 6 du CFC
UE donnée en Français • Obligatoire • Annuelle
26 crédits • 520 points • 330 heures
Prérequis : PU100 Atelier Publicité

Activité.s d'apprentissage

R2600 - Publicité atelier
24 crédits • 480 points • 300 heures • Albert Vincent, Daulne Joseph, Grauff Jean-François

R2601 - Ecriture - rédaction publicitaire
2 crédits • 40 points • 30 heures • Daulne Joseph

Acquis d'apprentissage

Au terme de cette UE, l'étudiant est capable de :
• Rechercher et confronter plusieurs concepts en relation avec une stratégie de communication englobant différents médias
Au terme du cours de **PUBLICITE ATELIER**, l'étudiant est capable :
• Présenter et argumenter ses choix créatifs et stratégiques en faisant preuve de clarté, d'esprit de synthèse et de conviction
• Gérer les différentes étapes de réalisation du projet avec les différents intervenants éventuels (illustrateur, photographe,…)
• Finaliser le projet à l'aide des outils numériques

Au terme du cours d'**ECRITURE**, l'étudiant est capable de :
• Maîtriser les différentes techniques rédactionnelles utilisées dans le langage publicitaire
• Produire des slogans, baselines , textes rédactionnels créatifs dans son projet publicitaire, dans le respect du produit et de la cible

Calcul de la note de l'unité d'enseignement

Cette unité d'enseignement étant annuelle, une évaluation partielle est organisée lors du premier quadrimestre.

ATELIER DE L'OPTION - PONDÉRATION Q1/Q2

Ce cours fondamental est soumis à une évaluation artistique, cela signifie que la note finale de l'atelier est constituée pour 50% d'une note d'année et pour 50% de la note du jury artistique de fin d'année. La note d'année est déterminée par les enseignants titulaires, elle est constituée pour 25% des résultats du premier quadrimestre et pour 25% des résultats du second quadrimestre.

Le jury artistique, composé majoritairement de membres du personnel enseignant de l'école, est un jury artistique interne. Le jury artistique, composé majoritairement de membres extérieurs à l'école, est un jury artistique externe.

Pour les années ne menant pas à un grade, le jury artistique est un jury interne, pour les années menant à un grade (3ème bachelier/ dernière année de master), le jury est externe. Le règlement des jurys artistiques complet se trouve en annexe du règlement des études.

AUTRE(S) COURS QUE L'ATELIER DE L'OPTION - PONDÉRATION Q1/Q2

La pondération entre les quadrimestres est définie comme suit:
- la note du Q1 compte pour 40%
- la note du Q2 compte pour 60%

L'unité d'enseignement étant composée de plusieurs activités, la note finale correspond à la moyenne arithmétique des résultats obtenus pour chaque cours.

Important, il n'y a pas de seconde session pour cette unité d'enseignement.

Compétences

Cette unité contribue à notre profil d'enseignement en participant au développement des compétences suivantes:
C3 C4 C5 C6 C7 C8 C9 de notre référentiel interne.

- Publicité atelier

Albert Vincent

Objectifs

En fin de 2ème année, l'étudiant doit être capable de :

- appliquer les objectifs de 1ère année de manière autonome

- décliner un concept sur plusieurs supports

- gérer des produits ou services en rapport avec une cible spécifique

- approcher de façon plus précise la partie texte d'une communication (headline, subheadline, baseline argumentaire)

- défendre son projet seul face à un client extérieur

- approcher de manière stratégique le sujet confié

Contenu

- approche de la notion de stratégie et ses évolutions

- présentation détaillée des médias

- apprentissage de la déclinaison d'un concept

- études de socio-styles et des mentalités

- notions de PLV

Méthode d'enseignement et d'apprentissage

- Exercices et travaux en atelier

- Modules théoriques sous forme inductive principalement

- Analyse.

- Confrontation avec le monde professionnel (concours, travaux concrets, collaboration avec école de marketing, …)

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

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

- Publicité atelier

Daulne Joseph

Objectifs

Au terme de cette UE, l'étudiant est capable de :
• Rechercher et confronter plusieurs concepts en relation avec une stratégie de communication englobant différents médias
• Présenter et argumenter ses choix créatifs et stratégiques en faisant preuve de clarté, d'esprit de synthèse et de conviction

Contenu

Exercices sur base de briefings professionnels
Analyse de case story
Analyse des médias

Méthode d'enseignement et d'apprentissage

Pédagogie inductive par une démarche d'essais-erreurs.

Analyse par des mises en commun

Méthodes expositive et interrogative

Mode d'évaluation pratiqué

L'atelier se base principalement sur la pédagogie du projet.

Un ensemble d'exercices et de travaux individuels (ou en groupe) sont proposés tout au long de l'année.

Autocritique et autoévaluation de l'étudiant.

- Chaque application, thème sera évalué sur base de critères exposés aux élèves lors de la lecture des briefings.

- Durant le travail, évaluation formative (l'élève peut pour chaque projet, chaque recherche, revenir en arrière (autocritique) si il n'est pas satisfait de son travail – (autoévaluation).

L'évaluation de l'année portera sur :

*les recherches, essentielles dans l'évaluation du travail. Une partie des points leurs seront donc attribués. Un carnet de recherches comprenant l'ensemble des recherches sera remis à chaque fin de quadrimestre (janvier - juin – date à confirmer). Ce carnet de recherches sera commun à l'ensemble des cours de l'unité 1.

Les travaux de finalités seront remis selon des dates données oralement ou mentionnées dans les briefings.

*la participation au cours, le respect des consignes et les délais seront également pris en considération dans l'évaluation définitive.

Les retards dans la remise des travaux seront pénalisés : - 50% par semaine de retard (sauf en cas d'absence justifiée au secrétariat ainsi qu'au professeur concerné). Tout travail non suivi n'est pas évalué.

Un travail pourra être recommencé sous certaines conditions :

-ce dernier doit avoir été remis dans les délais ; il doit avoir été suivi par le professeur lors des heures de cours qui sont consacrées à l'élaboration de ce travail. Le travail rendu doit être l'aboutissement de recherches et non le résultat d'un exercice de dernière minute.

Le travail recommencé doit être remis dans les trois semaines suivant la première date de remise. Le but n'est pas de recommencer un travail mais de le faire évoluer.

- Les points de l'année suivront une logique additionnelle de l'ensemble des travaux : résultats de septembre à juin (50% du total de l'année).

- 50% des points de l'année portent sur le jury de fin d'année dans lequel tous les cours de l'unité 1 interviennent.

Soit:

50%: résultats du premier (25%) et deuxième quadrimestre (25%)

50%: résultat du jury de fin d'année

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

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)*

En d'autres termes, fin d'année, l'étudiant devra être d'analyser un briefing en respectant les contraintes et d'utiliser ses acquis assimilés durant l'année afin de choisir les techniques graphiques, les compositions les plus créatives et les mieux adaptées au concept publicitaire qu'il devra créer ainsi qu'à son support. Il devra démontrer sa créativité et argumenter ses choix à travers ses références, ses recherches graphiques et conceptuelles.

Contenu

Consolidation de ses références artistiques :
- Améliorer ses facultés d'observation
- Afuter ses méthodes de recherche
- Analyse prospective

Comprendre et analyser un briefing publicitaire :
- Analyse détaillée de la cible à toucher
- Identifier les éléments de la demande et s'approprier la demande
- Compléter, synthétiser et prioriser les informations tout en mettant en évidence la problématique et les contraintes

Apprentissage du Benchmark :
- Analyse des produits ou services concernés
- Analyse comparative aux leaders du marché
- Analyse de leur concurrence direct.

Création et amélioration de brainstormings créatifs sur base de briefings afin d'afuter la créativité et d'accélérer les mécanismes de recherche.

Planification de la réalisation du projet :
- Mettre en place un planning
- Créer et respecter ses propres deadlines

Amélioration graphique et visuelle des projets :
- Recherches et choix des supports adaptés
- Recherches de styles graphiques adaptés
- Retouches photographiques
- Recherches typographiques
- Composition et travail par infographie

Techniques de finition :
- Supports
- Pré-presse
- Impression

Le cours sera constamment agrémenté des travaux pratiques en rapport avec la théorie et les procédés exposés en classe, auxquelles on associera le plus souvent possible un concept publicitaire.

Ceux-ci se composeront la plupart du temps des étapes suivantes :
- Briefing
- Recherches & brainstorming
- Tests et essais
- Engager un choix conceptuel
- Transcrire le concept sous forme de roughs
- Création et mise en page de projets
- Mise en commun
- Modifications par rapport aux critiques
- Remise des travaux
- Critiques et autocritiques après évalutation

Certains travaux pourront aussi être suivis et composés par différents cours et ce en collaboration avec différents professeurs de la section. Ceci afin d'avoir un suivi adapté aux différents critères du briefing.

Certains travaux seront réalisés sur base de briefings professionnels afin de confronter les étudiants aux contraintes qu'ils rencontreront en agence.

Le contenu du cours pourra aussi être complété par des interventions spontanées de mon expérience personnelle en rapport avec le monde professionnel et ce pour répondre aux questions des étudiants.

Méthode d'enseignement et d'apprentissage

- Pédagogie inductive par une démarche d'essais-erreurs.

- Analyse par des mises en commun

- Méthodes expositive et interrogative

Dans un premier temps, il faudra continuer à ouvrir l'esprit des étudiants au monde de la publicité et d'aiguiser leur esprit critique par l'observation, la recherche et l'analyse.

Il sera toujours nécessaire de pousser l'étudiant à renforcer et compléter une bibliothèque de références artistico-culturelle la plus large possible, tout en affutant son esprit d'analyse et d'observation.
La recherche du concept, de l'idée créative devra être constamment au centre de toutes leurs recherches et travaux. Elle sera impérative et prioritaire dans l'apprentissage ainsi que sur les évaluations.

Ensuite, la méthode sera partagée en partie sur l'amélioration des techniques de composition, du sens de lecture, de l'impact, des contrastes ainsi que de la lisibilité. Et en partie sur l'apprentissage de différentes techniques graphiques. Ceci afin de pouvoir transmettre le message souhaité au moyen de techniques visuelles adaptées.

Tout au long de l'année, l'étudiant sera poussé à expérimenter les différents procédés de créativité d'expression ainsi que critiquer ses choix et envisager des pistes divergentes afin de devenir de plus en plus autonome.

Bibliographie

En constante évolution

Mode d'évaluation pratiqué

1) Les critères d'évaluation sont les suivants :

- Respect du briefing

- Créativité

- Maîtrise technique

- Impression générale

- Autocritique et autoévaluation de l'étudiant.

L'évaluation de l'année portera sur :

1. Les recherches, essentielles dans l'évaluation du travail. Une partie des points leurs seront donc attribués. Un carnet de recherches comprenant l'ensemble des recherches sera remis à chaque fin de quadrimestre. Ce carnet de recherches sera commun à l'ensemble des cours de l'année.

2. Les travaux de finalités devront être remis selon des dates données oralement ou indiquées dans les briefings.
Les retards dans la remise des travaux seront pénalisés : - 50% par semaine de retard (sauf en cas d'absence justifiée au secrétariat ainsi qu'au professeur concerné). Tout travail non suivi n'est pas évalué.

3. La participation au cours, le respect des consignes et les délais seront également pris en considération dans l'évaluation définitive.

2) Les critères d'évaluation du jury sont les suivants :

• Respect des consignes
• Pertinence des recherches
• Qualité du carnet de recherche
• Créativité des concepts
• Maîtrise technique
• Soin, orthographe
• Présentation orale (développement et argumentation de sa démarche)

L'évaluation du jury se fait sur la globalité du travail en accordant autant d'importance aux recherches qu'à la réalisation finale. Ce travail représente 50% des points de l'année pour l'ensemble de l'Unité d'Enseignement n°1. Il sera évalué par l'ensemble des professeurs lors d'une présentation individuelle lors des jurys internes.

3) Globalisations :

Les points de l'année suivront une logique additionnelle de l'ensemble des travaux : résultats de septembre à juin (50% du total de l'année).

Les cours de composition et de recherches graphiques rentrant dans l'atelier de l'option, 50% des points annuels portent sur le jury de fin d'année dans lequel tous les cours de la première année interviennent.

Soit: > 50%: Résultats du premier (25%) + deuxième quadrimestre (25%)
> 50%: Résultat du jury de fin d'année.

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

- Ecriture - rédaction publicitaire

Daulne Joseph

Objectifs

Au terme du cours d'**ECRITURE**, l'étudiant est capable de :
• Maîtriser les différentes techniques rédactionnelles utilisées dans le langage publicitaire
• Produire des slogans, baselines , textes rédactionnels créatifs dans son projet publicitaire, dans le respect du produit et de la cible

Contenu

Théorie du langage et de l'écriture
Exercice et analyse

Méthode d'enseignement et d'apprentissage

Pédagogie inductive par une démarche d'essais-erreurs.

Analyse par des mises en commun

Méthodes expositive et interrogative

Mode d'évaluation pratiqué

Un ensemble d'exercices et de travaux individuels (ou en groupe) sont proposés tout au long de l'année.

Autocritique et autoévaluation de l'étudiant.

- Chaque application, thème sera évalué sur base de critères exposés aux élèves lors de la lecture des briefings.

- Durant le travail, évaluation formative (l'élève peut pour chaque projet, chaque recherche, revenir en arrière (autocritique) si il n'est pas satisfait de son travail – (autoévaluation).

L'évaluation de l'année portera sur :

Les travaux de finalités

*la participation au cours, le respect des consignes et les délais seront également pris en considération dans l'évaluation définitive.

Les retards dans la remise des travaux seront pénalisés : - 50% par semaine de retard (sauf en cas d'absence justifiée au secrétariat ainsi qu'au professeur concerné). Tout travail non suivi n'est pas évalué.

Un travail pourra être recommencé sous certaines conditions :

-ce dernier doit avoir été remis dans les délais ; il doit avoir été suivi par le professeur lors des heures de cours qui sont consacrées à l'élaboration de ce travail. Le travail rendu doit être l'aboutissement de recherches et non le résultat d'un exercice de dernière minute.

Le travail recommencé doit être remis dans les trois semaines suivant la première date de remise. Le but n'est pas de recommencer un travail mais de le faire évoluer.

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