

## - 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 intégrant 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.
- 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 MVŞA/RV Conseil
- LE SAUT CREATIF, LA DISRUPTION, LA PUBLICITE AUTREMENT JM Dru

## Mode d'évaluation pratique

---

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