

**Option**

Publicité

**Cours**

Atelier – Concept

**Enseignant·e·s**

Benoît Menetret

**Année**

BAC2

**Crédits ECTS**

4

**Volume horaire**

90 h

**Périodicité**

Annuel

**Code**

42DL

**Unité d'enseignement**

UE08 Atelier Publicité

**Langue(s)**

Français

**Prérequis**

UE01

**Corequis**

/

## Acquis d'apprentissage spécifiques

---

- Au terme de la 2ème année, l'étudiant a affiné sa réflexion stratégique et conceptuelle.
- Il est capable de répondre de façon pertinente et créative à des briefings et stratégies plus complexes.
- Il propose de multiples pistes créatives en réponse à une problématique donnée. Il apprend à sélectionner les pistes offrant le plus de potentiel.
- Il est capable de dégager des insights correspondant au briefing et à la cible visée par celui-ci.
- Il est apte à concevoir des campagnes radio et développe des campagnes d'activation, digitales ou non. Il s'est familiarisé avec les techniques de communication digitales (réseaux sociaux).
- Il décline le concept sélectionné dans différents médias imposés, en respectant les spécificités, sous forme de maquette poussée.
- Il se montre capable de gérer la direction artistique de ses créations.

## Activités d'apprentissage

---

- Les exercices/briefings (print/digital/activation/radio) portent sur des produits de consommation courante, des services commerciaux ou des messages culturels/humanitaires.
- Le briefing est analysé en classe, afin de s'assurer que celui-ci soit bien compris par tous.
- Les élèves étudient les spécificités des différents médias et leurs implications sur la création.
- Ils se familiarisent avec la notion d'Insight, appuyée par des exemples et des exercices de recherche.
- En s'appuyant sur des cas concrets, les élèves apprennent à développer des campagnes d'activation. Ils apprennent à concevoir des caseboards et des présentations digitales (Keynote, Google Slide...) qui décrivent clairement et succinctement leurs activations.
- Ils présentent leurs activations oralement lors des jurys.
- Organisation de workshops avec des professionnels, permettant d'aborder le média radio et la réalisation de spots/maquettes radio.

## Méthodes d'enseignement et d'apprentissage

---

- Conception et réalisation de campagnes publicitaires en atelier (print/digital/activation/radio). Les recherches sont précédées d'un travail d'analyse de campagnes réelles, en lien direct avec les exercices en cours et susceptible de soutenir la recherche de l'élève.
- Les recherches d'idées sont à soumettre en rough. Dans un deuxième temps, les meilleures idées sont poussées, réalisées de la meilleure façon possible (direction artistique, typo...).

2025-2026

**Option**

Publicité

**Cours**

Atelier – Concept

**Enseignant·e·s**

Benoît Menetret

**Année**

BAC2

**Crédits ECTS**

4

**Volume horaire**

90 h

**Périodicité**

Annuel

**Code**

42DL

**Unité d'enseignement**

UE08 Atelier Publicité

**Langue(s)**

Français

**Prérequis**

UE01

**Corequis**

/

- L'élève est corrigé essentiellement individuellement. Il apprend à sélectionner les meilleures idées, puis à les pousser au maximum. Il développe sa capacité à juger son propre travail.
- Des workshops, en collaboration avec des professionnels, sont organisés durant l'année.

**Modalités d'évaluation**

---

- L'étudiant est évalué en fonction de la pertinence de ses travaux, de sa créativité, son assiduité, son investissement et son évolution personnelle.
- L'exigence en termes de délais, d'originalité, de justesse, d'orthographe, etc. est plus élevée par rapport à la 1re année.
- L'élève est évalué de façon individuelle, afin de l'orienter et de l'inspirer, tout en encourageant son autocritique.
- L'évaluation est continue pendant les cours et les corrections. Le travail de l'élève est également évalué à l'occasion des jurys de Noël et de juin.