

Option

Publicité

Cours

Atelier – Packaging

Enseignant·e-s

Denis Scieur

Année

BAC3

Crédits ECTS

2

Volume horaire

30 h

Périodicité

Annuel

Code

43Q1

Unité d'enseignement

UE15 Atelier Publicité

Langue(s)

Français

Prérequis

/

Corequis

/

Acquis d'apprentissage spécifiques

- Au terme de l'année académique, l'étudiant(e) sera capable d'analyser les choix stratégiques, conceptuels et graphiques d'une enseigne internationale à forte concurrence.
- Au terme de l'année académique, l'étudiant(e) sera capable, sur base d'un briefing réaliste, de trouver les solutions graphiques et formelles liées à l'évolution d'une gamme de produits en respectant les valeurs historiques de la marque.
- Au terme de l'année académique, l'étudiant(e) sera capable d'apporter une réponse conceptuelle et graphique à une problématique de marque liée à des contraintes complexes (modification du canal de diffusion, diffusion internationale, modification du mode de consommation).
- Au terme de l'année académique, l'étudiant(e) sera capable de prendre en charge les différents éléments (conceptuels, graphiques, stratégiques et marketing) inhérents à la création d'une marque et de sa gamme de produits.

Activités d'apprentissage

L'atelier Packaging permettra à l'étudiant(e) d'approcher des problématiques complexes précises dans le cadre de l'élaboration d'un packaging produit. Il permettra à l'étudiant(e) d'anticiper les attentes du consommateur, d'identifier et de créer de nouveaux besoins. Il permettra à l'étudiant(e) de comprendre les enjeux du design de service et de l'ergonomie globale dans la conception de nouveaux produits. Sur base de ces acquis, l'étudiant(e) apprendra à concevoir un « produit évolutif », à envisager le packaging comme « expérience émotionnelle » et à mesurer son impact sur la démarche de fidélisation (rapport de confiance à la marque). Ces exercices permettront également aux étudiants d'intégrer les compétences développées aux cours de Concept et d'Infographie.

Seront abordés :

- La force de l'innovation dans le packaging.
- Stratégies d'entrées sur les marchés.
- Tendances et évolutions du packaging.

L'étudiant abordera ces approches à travers une succession d'exercices complexes :

- Extension de gamme et positionnement face à la concurrence.
- Création d'une marque et de sa gamme de produits dans un contexte global à forte concurrence.

Méthodes d'enseignement et d'apprentissage

Succession d'exercices intégrant la réflexion conceptuelle, la composition graphique, l'approche volumétrique et la mise en scène du produit.

2025-2026

Option

Publicité

Cours

Atelier – Packaging

Enseignant-e-s

Denis Scieur

Année

BAC3

Crédits ECTS

2

Volume horaire

30 h

Périodicité

Annuel

Code

43Q1

Unité d'enseignement

UE15 Atelier Publicité

Langue(s)

Français

Prérequis

/

Corequis

/

La méthode de travail est basée sur une approche pratique : l'étudiant propose une solution à la problématique donnée, puis répare ses erreurs suite à la correction.

Modalités d'évaluation

En début de projet, les corrections se font en priorité de façon individuelle afin de guider au mieux chacun des étudiants. En cours de projet, certaines corrections collégiales sont mises en place lorsque les difficultés rencontrées sont collectives. L'évaluation se fait de manière continue et est donnée en classe. L'ensemble des travaux est réévalué lors du jury de fin de session.