

ITINÉRAIRE 1 : PUB

RÉALISER UNE CAMPAGNE D'AFFICHES PUBLICITAIRES



Publicité Candia

CET ITINÉRAIRE PROPOSE À TRAVERS L'EXPLORATION DE L'UNIVERS PUBLICITAIRE DANS LEQUEL LES ENFANTS SONT TRÈS TÔT IMMERGÉS, DE DÉCONSTRUIRE LE MESSAGE PUBLICITAIRE, LES STÉRÉOTYPES VÉHICULÉS ET LES ÉMOTIONS SUSCITÉES AFIN DE DÉVELOPPER UN REGARD CRITIQUE CHEZ LES ENFANTS...MAIS PAS QUE.

À L'AIDE DE QUELQUES OUTILS EN LIGNE, DE RECHERCHE INVERSÉE, LES ENFANTS PEUVENT DÉVELOPPER UN TRAVAIL COLLABORATIF ET CRÉATIF EN SE RÉAPPROPRIANT LES PRINCIPAUX ITEMS D'UNE CRÉATION PUBLICITAIRE JUSQU'À L'ÉLABORATION COMPLÈTE D'UNE CAMPAGNE.

CETTE PRODUCTION MÉDIATIQUE SE CONCRÉTISE À LA FIN DE L'ITINÉRAIRE PAR UNE EXPOSITION D'AFFICHES PUBLICITAIRES.

ITINÉRAIRE 1 : RÉALISER UNE CAMPAGNE D'AFFICHES PUBLICITAIRES

LES OBJECTIFS

- Prendre du recul sur sa "consommation de publicité"
- Utiliser un espace de travail partagé en ligne
- Se documenter en ligne sur un sujet donné (recherche, pertinence, fiabilité, etc)
- Comprendre et maîtriser les codes d'une campagne à visée "commerciale"

RÉFÉRENTIEL DE L'ACTION

	Compétence 1 : Face à un message publicitaire, l'élève est capable de distance critique	Compétence 2 : Impliqué-e dans une démarche de communication, l'élève est capable de réaliser un message visuel efficace
SAVOIR	<ul style="list-style-type: none"> > L'élève sait que la publicité a pour objectif de donner envie d'acheter > L'élève sait que les images publicitaires sont fabriquées pour faire rêver > L'élève sait ce qu'est un stéréotype et à quoi il sert 	<ul style="list-style-type: none"> > L'élève connaît les principales étapes de conception et de fabrication d'une pub.
SAVOIR-FAIRE	<ul style="list-style-type: none"> > L'élève sait identifier/reconnaître la publicité dans les médias qu'il consomme > L'élève sait identifier le message d'une publicité en précisant les arguments choisis par le publicitaire pour vendre > L'élève sait identifier les stéréotypes dans les messages publicitaires > L'élève sait identifier les émotions que la publicité suscite chez lui 	<ul style="list-style-type: none"> > L'élève sait cibler un public précis et formuler un objectif de communication > L'élève sait identifier son besoin en illustration > L'élève sait concevoir une esquisse de sa future réalisation > L'élève sait réaliser les principales procédures de fabrication d'une image fixe > L'élève sait utiliser les outils numériques donnés pour produire son contenu
SAVOIR-ÊTRE	<ul style="list-style-type: none"> > L'élève est capable de prendre du recul par rapport aux émotions que la publicité suscite chez lui > L'élève est capable de prendre du recul par rapport aux stéréotypes véhiculés par les messages publicitaires 	<ul style="list-style-type: none"> > L'élève est capable de travailler dans un cadre de production en étape, et en groupe > L'élève est capable d'analyser l'efficacité de son travail par rapport aux objectifs que le groupe s'est fixé

MAILLAGE DES ACTIVITÉS

ITINÉRAIRE 1 : RÉALISER UNE CAMPAGNE D'AFFICHES PUBLICITAIRES

Activité 1 : La publicité autour de moi (chemin de l'école, dans la maison, magazines...)

Séance 1 : Découvrir et décoder la publicité dans notre environnement

Séance 2 : Comprendre l'impact de la publicité dans nos choix de consommation

Activité 2 : Les émotions que provoque la publicité (avec emoticons/emojis)

Séance 3 : Cultionary (comprendre les stéréotypes)

Séance 4 : Mettre à distance les représentations véhiculées dans les publicités

Activité 3 : Repérer des stéréotypes dans les publicités à la maison

Séance 5 : Qu'est ce qu'une campagne de publicité ?

Séance 6 : "Appels d'offre" genre ou alimentation (au choix, ou les 2) - Définir le projet de campagne (organisation en agences, travail sur google drive)

Activité 4 : Faire un Top10 des slogans qui ont marqué leur temps
(ex : "parce que je le vau**x** bien", "just do it", etc)

Séance 7 : Concevoir une campagne de publicité : de l'idée au slogan

Activité 5 : Recueil d'images et d'idées pour la création de l'affiche

Séance 8 : Produire l'illustration d'une affiche

Activité 6 : Trouver les mots-clés/groupes de mots-clés qui ont permis d'arriver à ces images

Séance 9 : Manipuler les images (Picmonkey), entrer en conception

Activité 7 : Trouver des photos avant/après retouche

Séance 10 : Organiser l'exposition des affiches

Activité 8 : Invitation au lancement officiel de la campagne de publicité

*TANDEM : Tisser des Actions autour du Numérique à travers des Duo d'acteurs
d'Éducation aux Médias*

Tandem est un projet à l'initiative d'associations ou d'organisations de France, de Belgique et d'Italie comme par exemple Fréquence École et la FCPE Rhône Métropole. Tandem part d'un constat : les enfants, les parents et les enseignants sont immergés dans un environnement numérique de plus en plus omniprésent. Pour autant, il existe peu d'études concernant les relations aux médias en général et au numérique en particulier, des enfants de moins de 12 ans.

Tandem se propose d'étudier l'environnement média des enfants à l'école et à la maison, afin d'apporter des réponses et proposer des bonnes pratiques d'éducation aux médias. Pour mener à bien ce projet, Tandem propose une approche originale : constituer des équipes, des tandems, d'enseignants et de parents pour co-construire ces bonnes pratiques...

Cet itinéraire pédagogique est issu de la production d'enfants, de parents, d'enseignants, de centres de ressources pédagogiques et d'associations de parents d'élèves qui ont œuvré ensemble dans le cadre de Tandem.

Tandem se veut européen pour échanger nos pratiques et enrichir nos regards. Le projet est cofinancé par l'Union Européenne dans le cadre du programme Erasmus+. Rejoignez-nous : dites-nous Tandem!

*Retrouvez nous sur facebook
<https://www.facebook.com/tandem.france>*

{{Venez découvrir le projet à l'aide de nos chatbots sur messenger et telegram}}

*Retrouvez nos ressources pédagogiques
<http://iti.tandemproject.fr>*

