

Production de contenu média 2

Domaine	Ingénierie et Architecture
Filière	Ingénierie des médias
Orientation	Ingénierie des médias (IM)
Mode de formation	Plein temps

Informations générales

Nom:	:	Production de contenu média 2
Identifiant:	:	ProdConMé2
Année académique	:	2019-2020
Responsable:	:	Marcelle Brücher
Charge de travail:	:	71 heures d'études
Périodes encadrées:	:	52 (= 39 heures)

Semestre	E1	S1	S2	E2	S3	S4	E3	S5	S6
Cours					52				

Connaissances préalables recommandées

-

Objectifs

- Explorer le potentiel d'un thème donné, d'un concept, d'un mandat.
- Dégager une thématique et un message cohérents, et en concevoir les contenus correspondants.
- Réaliser une étude préliminaire (écosystème de communication) en vue d'une campagne de promotion.
- Décliner le contenu sur divers supports, définis dans la stratégie de contenus (print, audio, photo, et éventuellement vidéo).
- S'exercer à la production de contenus sur divers médias, supports et pour différents publics cibles (print, audio, photo et éventuellement vidéo y compris une relation presse/médias).
- Analyser une image, comprendre sa composition et juger de son impact dans la communication.
- Manipuler l'appareil photographique et comprendre son fonctionnement technique.
- Pouvoir définir et communiquer un besoin de communication en termes créatifs (brief).
- Pouvoir débattre et justifier des choix de réalisation d'une photographie ou composition de photographies.
- Savoir comprendre les enjeux qui entourent la création photographique, tant en amont qu'en aval d'un shooting.
- Pouvoir communiquer ses besoins et comprendre le retour des différents corps de métiers impliqués dans la création photographique (au sens large).

Contenu et formes d'enseignement

Répartition des périodes indiquée à titre informatif.

Cours: 52 périodes

- Choix d'une thématique liée à la promotion d'une institution ou un événement à travers des contenus divers et adaptés. Formation des groupes de travail, esquisse du concept et stratégie

médias.	8
- Etude préliminaire: Analyser l'écosystème de communication existant et celui des concurrents ou homologues.	4
- Décliner et adapter le contenu sur différents supports et s'exercer à la production de contenus sur divers médias, supports et pour différents publics cibles (photo, podcast, vidéos, flyer, communiqué de presse, etc.). Harmonisation des contenus médias divers. Atelier spécialisé si besoin (audio).	8
- Soigner et saisir l'importance des relations avec la presse.	8
- Présenter le résultat final et commenter le processus de réalisation.	8
- Introduction à la composition et la lecture de photographies - Mise en pratique par des recherches en banques d'images.	4
- Bases de la technique photographique - Mise en pratique par des prises de vues.	4
- Le sens de l'image : textes, séquences, légendes. Apprentissage du brief créatif : formuler des besoins de communication d'images et mise en pratique.	4
- Comprendre et communiquer avec les métiers de l'image - Présentation des intervenants et tâches réalisées durant la pré-production, production et post-production.	4

Bibliographie

- Canivet, I. (2017). Bien rédiger pour le web. 4e édition, Eyrolles, 730 pages.
- Pavlik, J & McIntosh, S. (2018). Converging Media. Sixth Edition, Oxford University Press, 505 pages.
- Exposition, Chris Weston, La Compagnie du Livre
- Composition, David Präkel, La Compagnie du Livre
- Exposition & photo numérique, Mode d'emploi, Andy Stansfield, Dunod

Contrôle de connaissances

Cours:

L'acquisition des matières de cet enseignement sera contrôlée au fur et à mesure par des tests et des travaux personnels tout au long de son déroulement.

Calcul de la note finale

Note finale = moyenne cours x 1

Fiche validée le 01.09.2019 par Ertz Olivier