

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
Années académiques	: 2021-2022, 2022-2023
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

Connaissances de base de composition et de technique photographiques acquises durant le module Production de contenu média I.

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).
- Maîtrise technique de l'appareil photographique (continuation du module Production de Contenu Média I)
- Pouvoir débattre et justifier des choix de réalisation d'une photographie ou composition/série de photographies.
- Pouvoir définir et communiquer un besoin de communication en termes créatifs (brief).
- Pouvoir communiquer ses besoins et comprendre le retour des différents corps de métiers impliqués dans la création photographique (au sens large).
- Savoir comprendre les enjeux qui entourent la création photographique, tant en amont qu'en aval d'un shooting.
- Connaissances de base de l'éclairage au flash (studio / cobra) et balance avec la lumière ambiante.
- Réalisation d'un projet complet montrant les compréhensions techniques et la résolution d'un brief.

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
- Le sens de l'image : textes, séquences, légendes. Apprentissage du brief créatif : formuler des besoins de communication d'images et mise en pratique. Comprendre et communiquer avec les métiers de l'image. Explication du projet final à rendre. 4
- Manipulation de l'appareil photographique. Technique lumière flash et démonstration. Réalisation d'images et présentation / discussion. Travail à réaliser à la maison (diptyque). 4
- Projet final partie 1 : manipulation des flashes 2
- Projet final partie 2 : shooting libre. Projet à terminer de manière autonome. 6

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 du cours par des tests et des travaux personnels tout au long de son déroulement.

Calcul de la note finale

Note finale = moyenne cours x 1