

Les élèves réaliseront une pub!

Notes à l'enseignant

La création d'une publicité est un moyen d'activer différentes attitudes: les connaissances linguistiques (néologismes, homonymes, antonymes, mots-valises, etc.), l'intelligence visuelle, l'imagination et l'organisation de l'espace.

En créant une publicité les élèves ont donc la possibilité de réfléchir aux stratégies qui se cachent derrière le message publicitaire en utilisant au mieux leurs attitudes.

On espère que ce webquest pourra servir, utilisez-le!

Heidi et Nadia

Introduction

La publicité :

Une chose qui nous entoure partout, dans la rue, à la télé, à la radio, dans les journaux.

Un monde qui s'appuie sur notre vulnérabilité, nos intérêts et notre sensibilité pour nous convaincre à acheter.

Avez-vous déjà réfléchi à tout cela?

Etes-vous prêts à vous mettre en jeu? Avez-vous envie de créer votre publicité à vous?

Tâche

Chers élèves,

connaissez-vous le monde de la publicité? Avez-vous déjà réfléchi à propos des stratégies de vente et du marketing? Non?

Voilà donc l'occasion pour le faire et pour montrer au monde entier votre créativité.

Tout ce qu'on vous demande c'est de créer vous-mêmes votre publicité!

Étapes de réalisation

Le choix du produit

Mettez-vous en groupes de trois personnes. Choisissez un produit d'après la liste ci-dessous. Ce produit sera celui que vous devrez promouvoir, donc c'est très important de bien choisir!

Liste

- *Robot de ménage qui passe l'aspirateur, repasse le linge et arrose les plantes*
- *Tondeuse de gazon télécommandée*
- *Casque sans fils pour écouter la musique et téléphoner*
- *Pantalons amaigrissants*
- *Chaussures qui comptent les pas*
- *Shampooing qui décolore les cheveux graduellement*
- *Petit calendrier électronique parlant qui rappelle les rendez-vous, les anniversaires...*
- *Assiette pèse-aliments*
- *Coussin avec berceuse incorporée*

Le projet

Avant de déterminer les caractéristiques principales de votre publicité, on vous conseille de consulter quelques pages de publicité. Vous pouvez par exemple chercher des images de publicité en partant de Google, dans ce cas vous pouvez simplement écrire le nom "publicité" ou chercher directement une ou plusieurs marques de produits qui vous intéressent (Ovomaltine, Peugeot, Chanel, etc.).

Quand vous auriez quelques suggestions et exemples, vous pourrez déterminer les paramètres du produit que vous allez promouvoir et que vous avez choisi d'après la liste donnée. À vous de créer:

- 1) Le nom de votre produit (pas seulement la marque)
- 2) Le public auquel vous vous adressez (jeunes, femmes, hommes, étudiants, politiciens, etc.)
- 3) Le slogan qui doit surprendre et capturer l'attention de l'acheteur

Le bricolage






C'est le moment de compléter votre publicité. Il s'agit de:

- 1) Chercher une image de votre produit ou qui évoque ce produit
- 2) Trouver une image qui représente le contexte, la situation dans laquelle placer votre produit
- 3) Placer le slogan dans l'image

Rappelez-vous de choisir ces éléments en tenant compte du fait que votre produit doit être irrésistible et que le potentiel acheteur sera complètement persuadé par votre pub!

Et maintenant à vous de couper et de coller tous ces éléments sur votre affiche!

Evaluation

	 à peine suffisant	 discret	 bien	 excellent	 %
Aspects linguistiques (slogan et nom du produit)	Slogan: il se limite à une simple description du produit, quelques fautes d'orthographe et de grammaire. Nom du produit: pas très original.	Texte correct du point de vue grammatical et orthographique. Slogan et nom du produit sympathiques.	Le slogan et le nom sont frappants et amusants. La langue est correcte.	Le slogan et le nom synthétisent aspects d'originalité et d'efficacité. La langue est utilisée de façon recherchée (voir figures rhétoriques).	35%
Evaluation des images	Absence d'images ou images peu contextualisées.	Images sympathiques et plutôt originales.	Décor frappant qui montre originalité.	Parfaite harmonie entre images et paratexte.	20%
Présentation du paratexte	Paratexte très peu mis en évidence.	Paratexte bien visible et lisible.	Le paratexte saute immédiatement aux yeux.	Mise en évidence optimale du paratexte parmi l'utilisation de techniques graphiques (couleurs, contraste de couleurs et caractère graphique).	20%
Collaboration entre les membres du groupe (évaluée tout au long de la réalisation du projet)	Faible interaction entre les élèves.	Interaction discrète entre les élèves.	Efficace interaction entre les élèves.	Très bonne utilisation des différentes compétences des membres du groupe, sage répartition des tâches.	25%

Conclusion

Après avoir réalisé sa propre publicité, chaque groupe expliquera aux autres les raisons de leur choix. Le professeur pourrait même décider d'exposer les affiches dans les couloirs afin que tous les élèves de l'école aient la possibilité d'apprécier le travail de leurs camarades et réfléchissent à propos du thème "pub".

On pourrait même envisager d'organiser un concours pour déterminer la publicité plus percutante!