



OBJECTIF DE L'ACTIVITÉ

- Demander aux élèves de mettre le chapeau de concepteur publicitaire. Leur mission : créer une publicité pour mieux découvrir les stratégies publicitaires.
Note: La phase de création de la publicité peut être réalisée en classe d'anglais. Cette activité constitue également une belle occasion de collaboration. Elle peut nécessiter plusieurs cours.

COMPÉTENCES TRANSVERSALES VISÉES

- Exploiter les technologies de l'information et des communications.
- Exercer son jugement critique.

MATÉRIEL

- Affiche en carton, caméra vidéo, téléphone cellulaire muni d'une caméra vidéo (film), logiciel de graphisme, enregistreuse pour une publicité radio, etc.

AMORCE

- L'enseignant annonce aux élèves que leur tour est venu de créer une publicité.

DÉROULEMENT

1. Expliquer l'activité de création en fonction du matériel et du temps qu'il choisit de consacrer à l'activité :

- l'activité doit être faite en équipe;
- les objets dont on fera la promotion peuvent être imposés par l'enseignant ou choisis par les élèves;
- les objets peuvent être fictifs ou réels.

2. Présenter quelques stratégies publicitaires utilisées en publicité. [Voir « Les stratégies publicitaires » en annexe].

Remarque: Si l'enseignant a réalisé l'activité 2, il peut revenir sur les réponses des élèves à la question: Que devrait contenir une bonne publicité?

3. Réaliser la publicité (étapes 1 et 2):

- choix du produit ou du service (remue-méninges);
- objectifs de la publicité: vente, information, etc.;
- élaboration de la liste des caractéristiques de l'objet;

- définition du public cible;
- stratégies utilisées (slogan, logo, couleurs dominantes dans la publicité, typographie, refrain publicitaire, promotions, etc.);
- conception de la publicité;
- les élèves présentent leur publicité aux autres élèves de la classe ou lors d'une exposition à l'école.

4. Évaluer les publicités au moyen de la grille d'analyse (étape 3). Les élèves doivent répondre aux questions suivantes :

- de quel type de publicité s'agit-il?
- quel est le produit offert?
- quelle est la clientèle visée?
- achèteriez-vous le produit? Pourquoi?
- quelles sont les qualités de la publicité?
- quels sont les défauts de la publicité?

Questionner les élèves.

CONCLUSION

- Quelles stratégies avez-vous utilisées pour donner le goût aux autres d'acheter votre produit?
- Trouvez-vous ces stratégies dans les publicités recensées à l'activité précédente (activité 4)?
- Existe-t-il d'autres stratégies dont vous n'avez pas parlé?