

3è, Séquence 1 : la musique peut-elle faire vendre ?

A. OBJECTIFS :

- Travailler en groupe.
- Savoir identifier la place du son, de la musique dans une publicité.
- Analyser et sélectionner un environnement sonore pour créer sa propre publicité

B. REPERES CULTURELS :

- La musique dans la publicité

La musique fait partie intégrante de la stratégie globale des annonceurs pour promouvoir leurs avantages et communiquer. Elle accompagne les images à l'écran et apporte un élément lié à l'affect et à l'émotion.

Une bonne musique doit permettre à la cible de s'identifier au produit et à l'univers de la marque , elle doit correspondre à la stratégie de vente de l'entreprise.

C. TES CONNAISSANCES : Quelle est ta définition de la publicité ?

.....

 Apportons ensemble cette précision :



D. ECOUTES COMPAREES : Analyse de 4 publicités disponibles sur le blog

	Pub 1	Pub 2	Pub 3
Marque			
Public visé			
Le tempo			
Une reprise ou création ?			
Musique toujours présente ?			
Pourquoi ?			
Un contraste ?			
Pourquoi ?			
Présence de bruitages ?			
Dans quel but ?			

Sur ton cahier pour chaque publicité :

Ecris le message transmis par le publicitaire
 Et le slogan qui apparaît à la fin de la publicité.

3è, Séquence 1 : la musique peut-elle faire vendre ?

A. REPERES CULTURELS : les outils du marketing

1. LES SLOGANS

Définition :

Le slogan est une courte phrase qui cherche à promouvoir un produit de manière concise

2. LES JINGLES

Définition :

C'est une courte mélodie, facilement mémorisable et identifiable. On parle aussi de **signature sonore** qui permet d'améliorer la mémorisation d'une marque...



Définitions à savoir pour la semaine prochaine....

B. VOS ACQUISITIONS :

- Connaissez vous des slogans publicitaires : complétez.
 On se lève tous
 Haribo...
 Mac donalds...
 Lapeyre
 Efficace et pas chère
 Carglass répare.....carglass remplace.....



- Reconnaissez vous certaines marques en entendant leurs jingles : numérotez l'ordre dans lequel vous les entendez.

marques	Xbox	Mc Donald's	RTL	Disney	Haribo	Game Cube
numéro						

marque	Décathlon	ikea	Peugeot	Sncf	Coca cola	Playstation
numéro						

C. PRATIQUE VOCALE : évaluation des compétences.

Cours de Mme Cazagou Collège Salinis 2017

Compétences attendues	A	EA	NA
Connaissances des paroles			
Respect de la mélodie			
Implication			
Maîtrise du rythme : être capable d'accompagner les chanteurs			
Total et appréciation de ton jury/20		

3è, Séquence 1 : la musique peut-elle faire vendre ?

Te voilà embauché jeune cadre dans une agence de publicité.

Ton client souhaite un **spot publicitaire** pour passer **à la radio** et toucher une nouvelle clientèle.



Ta création doit lui être présentée le..... Attention le client est exigeant et ne toléra aucun retard. Es tu prêt(e) à relever le défi ?

Compétence du socle	A	NA
D2 Les méthodes et les outils pour apprendre : organiser son travail perso.		
S'organiser dans le processus de création afin d'intégrer tous les éléments attendus		
Mobiliser les outils numériques pour apprendre, échanger		
Exploiter les possibilités musicales du logiciel		
Qualité de la production rendue		
Partager et mutualiser sur un espace numérique collaboratif (padlet/blog)		

Cours de Mme Cazagou Collège Salinis 2017

Outils à disposition : le BYOD et le micro, l'enregistreur H2, la salle informatique, le logiciel Audacity, la banque de son à ta disposition sur le blog et ta créativité.

Equipe : deux personnes maximum.

Contraintes : les spots devront durer entre 20 et 30 secondes

CAHIER DES CHARGES		vérif
Nom du produit à commercialiser		
Slogan choisi		
Jingles à créer, ou à choisir sur banque son disponible sur le blog		
Dialogue qui mènera au slogan		
Nom de la musique choisie	Justifiez votre choix pour le client, car il va devoir payer des droits d'auteur (Sacem)	