



JOUR | 3 SESSIONS
1155 heures

AEC
NWY.1Q

L'AEC en Stratégies média et publicité prépare les communicateurs de demain et actualise les connaissances des passionnés d'aujourd'hui qui œuvrent au sein de l'industrie. Il propose une véritable initiation au marketing et aux stratégies de communications publicitaires.

D'un point de vue créatif, nos étudiants apprennent à concevoir, produire et coordonner une campagne publicitaire. On leur enseigne à trouver la méthode la plus efficace pour atteindre l'auditoire ciblé en ayant recours à une variété de messages, sur les plateformes utilisées par l'industrie. Le programme propose des stages d'observation et de pratiques mettant à profit les habiletés et les connaissances acquises, dans un contexte réel.

Dès l'embauche, nos étudiants savent répondre professionnellement aux besoins des agences de publicité et des entreprises de médias. Ils élaborent et produisent des outils de communication efficaces et attrayants.

Objectif de la formation

Le programme permet d'acquérir des compétences axées sur le développement des stratégies média efficaces, visant à promouvoir des produits ou des services. Il permet aussi une sensibilité visuelle et une curiosité quant aux récentes pratiques promotionnelles et technologiques.

Perspectives d'emploi

- Agences de publicité/département de communication et marketing;
- Agences de placement média;
- Stations de radio et de télévision (création et représentation);
- Journaux et magazines (représentation);
- Bureau de relations publiques ou de commercialisation;
- Agences de bienfaisance et organismes paragouvernementaux;
- Gouvernement (fédéral, provincial, municipal).

Diplôme

Ce programme mène à l'obtention d'une attestation d'études collégiales (AEC).

Conditions d'admission

Posséder une formation jugée suffisante et satisfaire au règlement sur le régime des études collégiales.





Cours spécifiques au programme

Session 1

- Initiation au design graphique (60 h)
- Rédaction et révision de textes propres au domaine (45 h)
- Initiation au marketing (45 h)
- Publicité et promotion (60 h)
- Fonction de travail et stages d'observation (45 h)
- Communication et réseaux sociaux (45 h)
- Notions de droit propres au domaine des médias et de la publicité (60 h)

Session 2

- Design graphique II (60 h)
- Communications interpersonnelles et professionnelles (45 h)
- Marketing stratégique (45 h)
- Idéation publicitaire (60 h)
- Recherche commerciale et méthodes de suivi (45 h)
- Maquette publicitaire (45 h)
- Comportement du consommateur (45 h)

Session 3

- Design graphique III (60 h)
- Actualités médiatiques et publicitaires (45 h)
- Stratégies et placements publicitaires (60 h)
- Projet final I (60 h)
- Projet final II (45 h)
- Stage (180 h)

* Le Collège se réserve le droit de remplacer certains cours.

Apportez vos appareils personnels

L'utilisation de l'ordinateur portable est obligatoire. Des logiciels avec licence étudiante ou régulière doivent être installés lorsque demandés par les enseignants.

Voici les caractéristiques minimales requises pour un MAC ou PC :

- Processeur : Intel I5 ou plus avec prise en charge de la virtualisation;
- Mémoire : 4 Go (8 Go recommandé, spécialement pour Illustrator);
- Disque dur : 500 Go ou plus;
- Écran : 14 pouces ou plus;
- Connectivité : WIFI et LAN;
- Ports : 1 port USB 3.0 ou plus;
- Souris avec ou sans fil.

Logiciels obligatoires : Suite Creative Cloud et Suite Office (ou équivalent sur MAC).

Modes de formation

Sur campus

- Au campus de Montréal.

