

Caractériser les étapes clés de la chaîne graphique

Composante
Institut d'Administration des Entreprises (IAE)

En bref

- # **Langue(s) d'enseignement:** Français
- # **Méthodes d'enseignement:** En présence
- # **Organisation de l'enseignement:** Formation initiale
- # **Ouvert aux étudiants en échange:** Oui

Présentation

Description

Pour permettre la mise en production d'un emballage ou d'un support de communication, il y a une succession d'étapes techniques que le chef de projet packaging doit coordonner. Avec le développement du numérique de la conception à l'impression, la chaîne graphique se trouve impactée sans pour autant être radicalement transformée car il y a toujours une réalisation technique à finaliser *in fine*.

Objectifs

Les principales agences de communication packaging participent à la conception et la réalisation de ce cours. En proposant des contenus issus de leurs expériences professionnelles, les intervenants illustrent, font lire, manipuler et analyser des documents et des supports en situation réelle. De même, l'objectif est de maîtriser les enjeux du brief, outil clé de la chaîne graphique.

Heures d'enseignement

CM	CM	20h
TD	TD	10h

Pré-requis obligatoires

Une bonne maîtrise de la démarche marketing et en particulier de couple produit/marché est le point de départ de la conception d'un packaging. De même, la gestion d'une stratégie de marque et de sa charte graphique sont les éléments préalables à la mise en œuvre de la chaîne graphique.

Programme détaillé

Les différents intervenants abordent sous la forme d'ateliers et de conférences les différents points suivants :

Techniques d'impression traditionnelles et digitales.

Les différents ennoblisements du packaging et mise en œuvre.

Contrôle des chromies et des plans de découpe.

Compétences visées

Lire et valider un BAT.

Définir une plateforme technique de réalisation d'un packaging.

Rédiger et communiquer un brief création et un brief exécution.

Bibliographie

Darricau S. (2021). *Culture graphique# : une perspective de Gutenberg à nos jours* Pyramyd, Paris, France.

Léac J.-C. (2007). *La chaîne graphique la face cachée de la pub*, LCA éd., Guérande.

Mariano M. (2021). *Le guide de la fabrication# : comprendre, gérer et imprimer vos productions graphiques* Pyramyd éditions, Paris.

Urvoy J.-J., Sanchez-Poussineau S., Le Nan E. (2012). *Packaging# : toutes les étapes du concept au consommateur* 2e édition, Eyrolles, Paris (Marques & communication).

Infos pratiques

Lieu(x)

Angoulême



En savoir plus

<https://iae.univ-poitiers.fr/>