**STRUCTURES THIS UNIT : La publicité**

INTRODUCTION : Voici une pub qui vend/loue …

**Analyser une pub**

Dans la pub il y a….(des images, le message, un logo, la couleur, la musique, l’audio, la vitesse

Le message de la pub parle de……….

RXN : C’est…(réactions -ex. super inintéressant, vraiment ennuyant, complètement choquant, etc.)

L’audience : La pub vise…(ex. les jeunes, les adultes, les vieux, les pauvres, les riches, les femmes, les hommes…)

Les médias utilisés sont…(ex. les journals, la télévision, la radio, le cinéma, les affichages (billboards), le web, les magazines, etc…)

Les stratégies utilisées sont… des fausses images/nouvelles, le sexe, la culture, les émotions (minimum 3)

* L’Effet mode : c’est populaire/c’est à la mode/ il y a une pression sociale
* L’Effet célébrité : une personne célèbre/spécialisée vend l’image
* L’Effet réussite/ richesse: si tu achètes le produit, tu vas être riche/avoir du succès
* L’Effet réputation/ honte : si tu n’achètes pas le produit, tu vas être nul/ne pas avoir du succès
* L’Effet dimension : le produit est plus grand/petit que…
* L’image/association : association à des groupes/lieux/activités, rêve d’aventures/séduction
* La répétition
* L’omission : ce qui n’est pas dit du produit

RXN : Dans la pub j’aime/ je n’aime pas…plus que/moins que….mais je préfère OU … J’adore/ je déteste… C’est *vraiment* manipulateur!

CONCLUSION : La pub est effective/ n’est pas effective parce que en voyant la pub, je me sens (I feel)…(ex. frustré(e), fâché(e), manipulé(e), OU j’ai envie (I feel like) d’acheter/de faire/ de louer/ d’avoir…POURQUOI…

**Analyser une pub**

Choose an interesting and complex ad and analyse its contents, message, strategies and media utilised. Describe each in as much detail as possible and react to each analysis. Use the rubric below to create a paragraph of 15 sentences or more (1 introduction, 1 conclusion sentence, 13+ descriptive/analytical sentences). HINT: Choose an ad that is similar to the one you will create in the next assignment so you can re-use the opinions/reactions/analysis!

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Project** | 1-Emerging | 2-Developing | 3-Proficient | 4-Extending |
| **Visual :** Ads are clear, in colour and large enough to see details | formatting is awkward/difficult to analyze | formatting needs work; no colour, too small, unclear | formatting is appropriately clear and large; in colour | Excellent formatting; creatively presented |
| **Writing** | 1-Emerging | 2-Developing | 3-Proficient | 4-Extending |
| **Length :** 13 descriptive/ analyzing sentences+  Introduction & conclusion | Less than 13 sentences in all | Less than 15 sentences; possibly no intro/conclusion sentences | 15-16 sentences including an intro & conclusion sentence; some reactions | 17+ sentences including an intro & conclusion sentence; many reactions |
| **Detail and information x8**  Descriptions, analysis, opinions, comparisons, expression | Very limited detail | Includes some detail | Appropriate detail; good analysis, expresses many opinions/ comparisons, etc… | Extra detail; deep analysis, expresses many opinions/ comparisons, etc… |
| **Accuracy**  Writes complete sentences using structures provided. | Structures are inaccurately copied; difficult to discern meaning | Structures are accurately copied; very repetitive | Structures are accurately copied with correct adaptations | Structures are accurately copied with correct adaptations and risks |
| **Mechanics**  Correct spelling, punctuation capitalization, accents, past/future tense & single/plural accords. | Mechanics errors hinder the meaning | Mechanics errors may interfere with meaning or flow | Mechanics errors do not interfere with meaning or flow | Almost no mechanics errors |
| **TOTAL** | **/24** | | | |

**Créer une pub**

Choose an interesting and complex product/ activity/concept to sell. Choose a media (not paper) that includes oral advertising strategies. Answer the questions below in the process

Qu’est-ce que la pub vend/ loue? Pourquoi?

Qu’est-ce qu’il y a dans la pub? Pourquoi?

Quel est le message ? Le message parle de quoi?

La pub vise qui? Pourquoi?

Quels médias pour le distribuer? Pourquoi?

Quelles stratégies sont utilisées? Pourquoi?

En voyant la pub, qu’est-ce que l’audience va sentir? Pourquoi?