

**CRM816 PRODUCTION ÉLECTRONIQUE ET IMPRIMÉE  
(3 crédits)**

**PRÉALABLE :** aucun

**Nombre limite :** 25 étudiantes ou étudiants

---

---

**DESCRIPTEURS :**

**Objectifs :** Déterminer les problématiques associées à la planification et à la diffusion de la communication à travers les médias électroniques (télévision, web et radio) et imprimés (affichage, presse). Comprendre les différentes étapes menant de la pré-production à la post-production, jusqu'à la diffusion de ces messages. Savoir utiliser les supports adaptés en fonction des objectifs de communication, des budgets et des échéanciers.

**Contenu :** Devis de production et budget. Contraintes inhérentes à la production. Gestion de la commande de projets et des équipes de travail en production. Procédures, techniques et technologies de production des messages.

---

**AUTRES INFORMATIONS GÉNÉRALES**

Ce cours a lieu au campus Longueuil de l'Université de Sherbrooke.

Pour vérifier si cette activité pédagogique est offerte à la présente session, consulter l'horaire sur le site du Département de communication à la rubrique Étudiants actuels ([www.usherbrooke.ca/dep-com/etudiants-actuels](http://www.usherbrooke.ca/dep-com/etudiants-actuels)) ou vous rendre au babillard situé au 2e étage du campus Longueuil (150, place Charles-Le Moyne, Longueuil).

# **CRM816 PRODUCTION ÉLECTRONIQUE ET IMPRIMÉE**

## **Précisions sur le contenu**

Pour la production audiovisuelle, toutes les composantes de production, du texte à la mise en ondes ou à la mise en ligne sont abordées, incluant les auditions, le découpage, les approbations. Les enjeux décisionnels sont analysés en fonction des étapes – organisation, budgets, fournisseurs, partenaires - tant du côté du client, des artistes que de l'équipe technique, de l'équipement et du studio d'enregistrement. Une attention est portée au vocabulaire et à la terminologie.

La production imprimée est également abordée en regard du processus d'un projet, de la demande du client à la livraison du produit final. Plus particulièrement sont abordées les étapes clés du développement d'un projet (création, réalisation, fabrication), les rôles et responsabilités des intervenants (directeur artistique, retoucheur, infographe, producteur), les techniques d'impression (sérigraphie, presse à feuilles, presse rotative, etc.), les devis et budgets, de même que la terminologie et le vocabulaire.

## **Approche pédagogique**

- Exposés
- Ateliers pratiques
- Études de cas
- Visionnement et analyse de matériel type
- Visite auprès d'intervenants de la chaîne
- Conférences et communications d'experts
- Discussions critiques

## **Évaluation**

- 10 % pour la participation
- 45 % pour la remise d'un devis électronique (individuel)
- 45 % pour une analyse-synthèse autour d'un projet d'impression (individuel)

## **Bibliographie**

Une bibliographie sélective sera distribuée au premier cours.