

CONDITIONS D'ADMISSION

Est admissible à un programme conduisant à une attestation d'études collégiales (AEC) tout candidat qui possède une formation jugée suffisante par l'Académie et qui satisfait à l'une des conditions suivantes :

- avoir interrompu ses études pendant au moins deux sessions consécutives ou une année scolaire (étudiants du Québec seulement) ;

ou

- avoir complété au moins une année d'études post-secondaires échelonnée sur une période équivalant à deux sessions régulières ou plus.



DESIGN DE COMMUNICATION PUBLICITAIRE NWY.13

- 1500 heures

DOCUMENTS REQUIS POUR L'INSCRIPTION

- Certificat de naissance
- Relevé(s) de notes et diplômes
- Formulaire d'inscription dûment rempli
- Frais d'inscription de 250\$

Candidats nés hors pays, ajoutez les documents suivants:

- Certificat de sélection du Québec (CSQ)
- Équivalences du MRCI (le cas échéant)
- Statut au Canada : Résidence ou Citoyenneté



POUR PLUS DE RENSEIGNEMENTS

ACADÉMIE DES ARTS ET DU DESIGN

7305, boul. Marie-Victorin, 2e étage, Brossard

Tél.: 514-875-9777 | 1-800-268-9777

www.aadmtl.com



Métro Longueuil
Navette de l'Académie

INSTITUT TECCART

3030, rue Hochelaga, Montréal H1W 1G2

Tél.: 514-526-2501 | 1-866-TECCART

www.teccart.qc.ca (832-2278)



Métro
Préfontaine

DESIGN DE COMMUNICATION PUBLICITAIRE (AEC) NWY.13



DESIGN DE COMMUNICATION PUBLICITAIRE NWY.13

BUTS DU PROGRAMME

Le programme de Design de Communication Publicitaire offre des cours spécialisés qui répondent aux exigences et standards du marché du Design publicitaire au niveau du développement de produits et au niveau de la gestion de marques. Dans cette industrie, en développement constante, il y aura toujours un besoin pour des spécialistes bien entraînés.

Dans ce programme, les étudiants apprendront des techniques nécessaires en conception et en gestion de marques. Ils seront en mesure d'administrer le processus entier de la gestion de marques.

OBJECTIFS DE LA FORMATION

Au terme de sa formation, l'étudiant en design de communication publicitaire sera en mesure d'évaluer les besoins des clients afin de répondre à leurs attentes en considérant l'environnement concurrentiel des ressources financières et des échéanciers.

Les diplômés seront en mesure d'imaginer, conceptualiser, créer, exécuter et administrer le positionnement des produits et des marques pour tout type de produit et services nécessaires dans nos vies présentes et futures.

PERSPECTIVES PROFESSIONNELLES

Les diplômés auront diverses possibilités de carrière d'avenir comme rédacteur publicitaire, concepteur publicitaire, illustrateur, designer commercial, conseiller en placement média, acheteur média, relationniste, responsable au service à la clientèle, coordonnateur publicitaire, chargé de comptes, chargé de projets, chercheuse ou travailleur autonome.



CHEMINEMENT DU PROGRAMME*

	Titre du cours	Heures
Session 1		
	Tendances graphiques et communication visuelle	60
	Gestion d'un environnement informatique	60
	Mise en page I	60
	Marketing	60
	Images numériques	60
	Techniques du dessin et illustration publicitaire	60
Session 2		
	Typographie	60
	Coordination et production de matériel publicitaire imprimé	60
	Design d'emballage	60
	Édition électronique	60
	Illustration	60
	Gestion de projet et présentation visuelle	60
Session 3		
	Comportement des consommateurs	60
	Stratégies publicitaires	60
	Projet final	60
	Développement professionnel	60
	Conception et rédaction publicitaire	60
Session 4		
	Langage Web de base	60
	Programmation Web I	60
	Animations vectorielles Web	60
	Logiciel d'intégration Web	60
Session 5		
	Stage en industrie	240
		1500

* À titre indicatif seulement.