

UE
01
02
03
04
05
06
07
08
09
10
11
12
13
14
15
16
17
18
19
20
21
22
23

publicité

2018-2019
ARTS VISUELS
ESA SAINT-LUC BRUXELLES



PROGRAMME D'ÉTUDES
BACHELIER
TYPE COURT

sommaire

P.4

glossaire

P.7

présentation

P.9

BLOC 01

P.21

BLOC 02

P.31

BLOC 03

P.45

annexes

P.48

**unités d'enseignement
– organigramme**

**PROGRAMME D'ÉTUDES
BACHELIER
TYPE COURT**



**2018-2019
ARTS VISUELS
ESA SAINT-LUC BRUXELLES**

Acquis d'apprentissage

Énoncé de ce que l'étudiant doit savoir, comprendre et être capable de réaliser au terme d'un processus d'apprentissage, d'un cursus ou d'une unité d'enseignement validée ; les acquis d'apprentissage sont définis en termes de savoirs, d'aptitudes et de compétences.

Activités de remédiation

Activités d'aide à la réussite ne faisant pas partie d'un programme d'études, visant à combler les lacunes éventuelles d'étudiants ou les aider à suivre ou à reprendre un programme d'études avec de meilleures chances de succès.

Bachelier (BA)

Grade académique de niveau 6 sanctionnant des études de premier cycle de 180 crédits au moins.

BLOC

Un bloc comporte un nombre imposé d'unités et est constitué de 60 Crédits (voir Crédits). L'étudiant inscrit au BLOC 01 doit valider au minimum 45 crédits pour continuer son parcours.

Compétence

Faculté évaluable pour un individu de mobiliser, combiner, transposer et mettre en œuvre des ressources individuelles ou collectives dans un contexte particulier et à un moment donné ; par ressources, il faut entendre notamment les connaissances, savoir-faire, expériences, aptitudes, savoir-être et attitudes.

Co-requis d'une unité d'enseignement

Ensemble d'autres unités d'enseignement d'un programme d'études qui doivent avoir été suivies préalablement ou au plus tard au cours de la même année académique.

Crédit

Unité correspondant au temps consacré par l'étudiant, au sein d'un programme d'études, à une activité d'apprentissage. Un crédit correspond forfaitairement à 30 heures d'activités d'apprentissage. Cette charge horaire n'est que partiellement consacrée à des enseignements organisés directement par l'établissement, comprend d'autres activités associées, telles les travaux, exercices personnels, préparations, études, projets, recherches documentaires, épreuves ou immersion socio-professionnelle.

Cursus

Ensemble cohérent d'un ou plusieurs cycles d'études constituant une formation initiale déterminée au sein d'un cursus, les grades intermédiaires peuvent être « de transition », donc avoir pour finalité principale la préparation au cycle suivant ou « professionnalisant » pour les formations qui s'arrêtent au bout du premier cycle (type court).

Cycle

Études menant à l'obtention d'un grade académique ; l'enseignement supérieur est organisé en trois cycles.

Orientation

Ensemble d'unités d'enseignement d'un programme d'un cycle d'études correspondant à un référentiel de compétence et un profil d'enseignement spécifiques et sanctionnés par un grade académique distinct.

Pré-requis d'une unité d'enseignement

Ensemble d'autres unités d'enseignement d'un programme d'études dont les acquis d'apprentissage doivent être certifiés et les crédits correspondants octroyés par le jury avant inscription à cette unité d'enseignement, sauf dérogation accordée par le jury.

Programme d'études

Ensemble des activités d'apprentissage, regroupées en unités d'enseignement, certaines obligatoires, d'autres au choix individuel de chaque inscrit, conforme au référentiel de compétences d'un cycle d'études ; le programme précise les crédits associés et l'organisation temporelle et en pré-requis ou co-requis des diverses unités d'enseignement.

Profil d'enseignement

Ensemble structuré des unités d'enseignement, décrites en acquis d'apprentissage, conformes au référentiel de compétences du ou des cycles d'études dont elles font partie, spécifique à un établissement d'enseignement supérieur organisant tout ou partie d'un programme d'études et délivrant les diplômes et certificats associés.

Quadrimestre

Du 14/09 au 31/01, du 01/02 au 30/06, du 01/07 au 13/09

Division organisationnelle des activités d'apprentissage d'une année académique couvrant approximativement quatre mois ; l'année académique est divisée en trois quadrimestres.

Référentiel de compétences

Ensemble structuré de compétences spécifiques à un grade académique, un titre ou une certification.

TFE et PFE

Le TFE est un travail rédactionnel de fin d'études qui doit être produit en lien avec le projet de fin d'études (PFE).

Unité d'enseignement

Activité d'apprentissage ou ensemble d'activités d'apprentissage qui sont regroupées parce qu'elles poursuivent des objectifs communs et constituent un ensemble pédagogique au niveau des acquis d'apprentissage attendus.

AOCH :

Activité obligatoire au choix

CGV :

Communication graphique et visuelle

Crédit ECTS :

Système européen de transfert et d'accumulation de crédits

HAA :

Histoire et actualité des arts

HAM :

Histoire et actualité des media

PA :

Paysage audiovisuel

PU :

Publicité

QUADRI :

Quadrimestre

SHS :

Sciences humaines et sociales

TT :

Techniques et technologies

UE :

Unité d'enseignement

Le cursus Publicité forme des professionnels de la création publicitaire, appelés à évoluer au sein d'une agence de publicité ou de communication.

- **Les images et les mots pour convaincre :**
la formation a pour objectif de permettre aux étudiants d'acquérir et de maîtriser les moyens d'expression nécessaires à la formulation d'idées originales : dessin, typographie, infographie, rédaction, photographie, internet, marketing, nouveaux media... Les étudiants sont également appelés à porter un regard ouvert, critique et constructif sur la société.
- **Développer la créativité et l'inventivité :**
l'accent est mis sur la nécessité de répondre aux exigences du briefing, c'est-à-dire la demande de l'annonceur. Pour chaque briefing, les étudiants imaginent des réponses créatives et originales, dans le but d'atteindre les objectifs fixés par l'organisation (qu'il s'agisse d'une marque de grande consommation, de service, d'une institution culturelle ou humanitaire).

Au fil de leur formation, les étudiants abordent de manière progressive les modes d'expression et les stratégies conceptuelles utilisés en publicité. Et ce, dans le but de leur garantir un maximum de chances d'insertion professionnelle.

BLOC 01

UE
01
02
03
04
05
06
07
08
09

P10
UE 01 — atelier de publicité
Atelier / Culture publicitaire / Typographie

P11
UE 02 — activité de soutien à l'atelier de publicité
Dessin et moyens d'expression

P12
UE 03 — art et culture
Analyse de l'image / Histoire et histoire des arts / Communication

P13
UE 04 — image et sens
Sémiologie / Typographie et arts du livre

P14
UE 05 — techniques et technologies
Infographie / Photographie / Réseaux

P15
UE 06 — art et culture
Analyse de l'image / Histoire et histoire des arts / Communication

P16
UE 07 — media
Théories des media / Atelier (Culture publicitaire)

P17
UE 08 — art et pensée
Philosophie

P18
UE 09 — techniques et technologies
Infographie / Photographie / Réseaux

Unité d'enseignement 1

Quadrimestres 1 et 2

Enseignants

Michel Debacker

Sophie Colens

Alain Van Caulaert

Damien Walckiers

Titulaire

Alain Van Caulaert

Crédits / charge horaire

20 Crédits / 349h

Activités d'apprentissage

- Publicité / Atelier
[14 Crédits / 250h]
- Publicité / Culture
publicitaire
[2 Crédits / 24h]
- Techniques et technologies /
Typographie
[4 Crédits / 75h]

**Référentiel de compétences
(cf. annexe 1)**

1, 3, 5, 6

**Compétences spécifiques
et acquis d'apprentissage
terminaux (cf. annexe 2)**

1.2, 1.3, 2.1, 3.1, 3.3, 5.1, 5.2,
6.3, 7

Acquis d'apprentissage

- Associer et articuler des images et des mots pour transmettre un message pertinent et défendre clairement ses choix créatifs.
- Exprimer clairement une idée par un dessin sommaire (rough).
- Utiliser des techniques développant la créativité.
- Démontrer une compréhension des briefings par la mise en valeur des qualités du produit et la prise en compte des publics-cibles.
- Adapter les propriétés typographiques et de mise en page en fonction du projet.
- Connaître les bases du monde publicitaire (vocabulaire et fonctionnement) et identifier les principaux métiers possibles au sein de la profession (AD, copywriter, webdesigner, etc.).
- Faire preuve de curiosité dans les domaines publicitaires, sociologiques et culturels.
- Utiliser les logiciels nécessaires à la typographie, au dessin vectoriel, à la retouche photographique et à la mise en page.
- Connaître les principes de préparation des fichiers pour la production.
- Être capable d'autocritique et accepter la critique en comprenant qu'elle s'adresse au travail et non à la personne.
- Acquérir une culture publicitaire étendue (fonctionnement d'une agence de publicité, la publicité dans les différentes cultures, les campagnes marquantes qui font l'actualité / ont marqué l'histoire).

Évaluation

Évaluation intégrée.

Unité d'enseignement 2

Quadrimestres 1 et 2

Enseignants

Denis Deprez

Dominique Jacobs

Titulaire

Dominique Jacobs

Crédits / charge horaire

8 Crédits / 100h

Activité d'apprentissage

Dessin / Dessin et moyens
d'expression

Référentiel de compétences (cf. annexe 1)

1, 5, 6

Compétences spécifiques et acquis d'apprentissage terminaux (cf. annexe 2)

3.1, 3.3, 4.1, 5.1, 6.2, 6.3

Acquis d'apprentissage

- Utiliser les conventions de la perspective pour transposer de manière intelligible en 2D la réalité observée en 3D.
- Assimiler les proportions d'anatomie, les mouvements et les rapports dans l'espace.
- Représenter un personnage d'après modèle.
- Appliquer les règles de la composition.
- Prendre en compte les nuances ombre/lumière.
- Choisir judicieusement l'expression et les techniques appropriées à l'effet recherché.

Évaluation

Évaluation intégrée.

Unité d'enseignement 3

Quadrimestre 1

Enseignants

Jean-Louis Lefebvre

Anne Pintus

Maud Salembier

Titulaire

Maud Salembier

Crédits / charge horaire

6 Crédits / 78h

Activités d'apprentissage

- Histoire et actualité des arts / Analyse de l'image (2 Crédits / 26h)
- Histoire et actualité des arts / Histoire et histoire des arts (2 Crédits / 26h)
- Sciences humaines et sociales / Communication (2 Crédits / 26h)

Référentiel de compétences (cf. annexe 1)

1, 5, 6

Compétences spécifiques et acquis d'apprentissage terminaux (cf. annexe 2)

1, 2.1, 3.2, 4.5, 5.4, 5.7, 6.1, 6.3, 6.4

Acquis d'apprentissage

- Décrire, analyser et comparer des productions artistiques et des images publicitaires en ayant recours au vocabulaire approprié attachant aux concepts et techniques liés à l'image fixe et en mouvement.
- Dégager les principaux caractères stylistiques et techniques d'une tendance, d'un genre, d'un mouvement, d'une démarche artistique.
- Situer précisément dans le temps et l'espace les différents mouvements, civilisations, périodes, artistes abordés aux cours.
- Trier les informations en distinguant l'essentiel de l'accessoire.
- Comprendre l'évolution des théories de la communication dans leur processus historique de développement.
- Analyser les procédés argumentaires de la propagande politique impliquant la production d'images de propagande et/ou artistiques.
- Analyser les rapports/interactions entre images et media.
- Prendre la mesure des problèmes spécifiques à la communication visuelle.
- Décoder les techniques de communication visuelles utilisées en publicité.
- Adopter une démarche participative pertinente.

Évaluation

Évaluation non intégrée.

Coefficient de pondération :

- HAA / Analyse de l'image 34 % ;
- HAA / Histoire et histoire des arts 33 % ;
- SHS / Communication 33 %.

Unité d'enseignement 4

Quadrimestre 1

Enseignants

André-Yves Coenderaet

Tristan Ledoux

Titulaire

André-Yves Coenderaet

Crédits / charge horaire

4 Crédits / 52h

Activités d'apprentissage

- Sciences humaines et sociales / Sémiologie (2 Crédits / 26h)
 - Communication graphique et visuelle / Typographie et arts du livre (2 Crédits / 26h)
-

Référentiel de compétences

(cf. annexe 1)

1, 5, 6

Compétences spécifiques et acquis d'apprentissage terminaux (cf. annexe 2)

1, 2.1, 3.2, 4.5, 5.4, 5.7, 6.1, 6.3, 6.4

Acquis d'apprentissage

- Analyser, de façon distanciée et critique, les composantes d'un message (publicitaire ou non) constitué d'images et/ou de textes et véhiculé sur des supports divers, à l'aide des outils conceptuels de la sémiologie et de la rhétorique.
- Articuler de manière concrète les résultats de l'analyse de façon à pouvoir expliciter avec pertinence le sens du message, ainsi que l'intention et la stratégie de son émetteur.
- Décrire sa propre production publicitaire en termes sémiologiques.
- Analyser et décrire les éléments d'une mise en page et des caractères typographiques à partir du vocabulaire adéquat.
- Appliquer des critères objectifs de choix typographiques en fonction du message et des objectifs à atteindre.
- Questionner son environnement et argumenter ses choix.

Évaluation

Évaluation non intégrée.

Coefficient de pondération :

- SHS / Sémiologie 50 % ;
- CGV / Typographie et arts du livre 50 %.

Unité d'enseignement 5

Quadrimestre 1

Enseignants

Jérôme Coupé

Philippe Debongnie

Yves Fonck

Titulaire

Philippe Debongnie

Crédits / charge horaire

6 Crédits / 78h

Activités d'apprentissage

– Techniques et technologies /
Infographie (2 Crédits / 26h)

– Techniques et technologies /
Photographie
(2 Crédits / 26h)

– Arts numériques / Réseaux
(2 Crédits / 26h)

**Référentiel de compétences
(cf. annexe 1)**

2, 3, 6

**Compétences spécifiques
et acquis d'apprentissage
terminaux (cf. annexe 2)**

4.1, 4.3, 5.1, 5.2, 6.2, 6.3

Acquis d'apprentissage

- Numériser un document original.
- Créer un photomontage pour réaliser, par exemple, une mise en situation.
- Optimiser une photo prise avec un appareil photo numérique à l'aide de logiciels adéquats.
- Intégrer la notion de format de fichier, de résolution, de sauvegarde et d'exportation.
- Utiliser les bases du logiciel InDesign pour l'intégration de textes/images.
- Analyser des photographies et développer un regard critique sur le cadrage, le choix d'un décor, d'un contexte, le choix des réglages de la profondeur de champ, etc.
- Situer une photographie dans son contexte historique et faire preuve d'une bonne culture générale du champ de la photographie.
- Réaliser des prises de vue simples.
- Intégrer les bases du webdesign.
- Analyser et comprendre les interfaces numériques.

Évaluation

Évaluation non intégrée.

Coefficient de pondération :

- TT / Infographie 34 % ;
- TT / Photographie et arts du livre 33 % ;
- AN / Réseaux 33 %.

Unité d'enseignement 6

Quadrimestre 2

Enseignants

Jean-Louis Lefebvre

Anne Pintus

Maud Salembier

Titulaire

Anne Pintus

Crédits / charge horaire

6 Crédits / 72h

Activités d'apprentissage

- Histoire et actualité des arts / Analyse de l'image (2 Crédits / 24h)
- Histoire et actualité des arts / Histoire et histoire des arts (2 Crédits / 24h)
- Sciences humaines et sociales / Communication (2 Crédits / 24h)

Référentiel de compétences (cf. annexe 1)

1, 5, 6

Compétences spécifiques et acquis d'apprentissage terminaux (cf. annexe 2)

2.1, 2.2, 3.3, 4.1, 5.1, 5.2, 6.1, 6.2, 6.3, 7

Acquis d'apprentissage

- Décrire, analyser et comparer des productions artistiques et des images publicitaires en ayant recours au vocabulaire approprié attachant aux concepts et techniques liés à l'image fixe et en mouvement.
- Dégager les principaux caractères stylistiques et techniques d'une tendance, d'un genre, d'un mouvement, d'une démarche artistique.
- Situer précisément dans le temps et l'espace les différents mouvements, civilisations, périodes, artistes abordés aux cours.
- Trier les informations en distinguant l'essentiel de l'accessoire.
- Commenter une œuvre en ayant recours à un vocabulaire courant sensible et à un vocabulaire spécifique aux arts plastiques.
- Utiliser les outils d'analyse liés aux arts plastiques ; analyser une œuvre d'art de manière autonome.
- Comprendre l'évolution des théories de la communication dans leur processus historique de développement.
- Analyser les procédés argumentaires de la propagande politique impliquant la production d'images de propagande et/ou artistiques.
- Analyser les rapports/interactions entre images et media.
- Prendre la mesure des problèmes spécifiques à la communication visuelle.
- Décoder les techniques de communication visuelles utilisées en publicité.
- Analyser oralement et par écrit une création artistique à travers une description des signes plastiques et linguistiques argumentée.
- Mettre en lien l'analyse argumentée avec une première interprétation intuitive de l'image.
- Adopter une démarche participative pertinente.

Évaluation

Évaluation non intégrée.

Coefficient de pondération :

- HAA / Analyse de l'image 34 % ;
- HAA / Histoire et histoire des arts 33 % ;
- SHS / Communication 33 %.

Unité d'enseignement 7

Quadrimestre 2

Enseignant et titulaire

Michel Robert

Crédits / charge horaire

2 Crédits / 24h

Activité d'apprentissage

– Histoire et actualité des
media / Théories des media

**Référentiel de compétences
(cf. annexe 1)**

1, 5, 6

**Compétences spécifiques
et acquis d'apprentissage
terminaux (cf. annexe 2)**

1, 2.1, 3.2, 4.5, 5.4, 5.7, 6.1,
6.3, 6.4

Acquis d'apprentissage

- Appréhender les « personnalités » des différents media.
- Mesurer l'impact d'internet sur les media offline.
- Développer une créativité media en partant de l'ADN d'une marque et non d'une idée créative.
- Analyser les relations entre media et interprétation des messages publicitaires.

Évaluation

Évaluation non intégrée.

Coefficient de pondération :

- HAM / Théories des media 50 % ;
- PU / Atelier (*Culture publicitaire*) 50 %.

Unité d'enseignement 8

Quadrimestre 2

Enseignant et titulaire

Tristan Ledoux

Crédits / charge horaire

2 Crédits / 24h

Activité d'apprentissage

Sciences humaines et
sociales / Philosophie

**Référentiel de compétences
(cf. annexe 1)**

1, 5, 6

**Compétences spécifiques
et acquis d'apprentissage
terminaux (cf. annexe 2)**

1, 2.1, 3.2, 4.5, 5.4, 5.7, 6.1,
6.3, 6.4

Acquis d'apprentissage

- Intégrer les concepts fondamentaux de la philosophie et les situer dans le contexte des systèmes philosophiques des auteurs étudiés au cours.
- Prendre conscience des enjeux éthiques, idéologiques, psychologiques et sociaux des discours et des campagnes publicitaires.
- Adopter une position réfléchie et critique vis-à-vis des implications éthiques du message publicitaire.

Évaluation

Évaluation intégrée.

Unité d'enseignement 9

Quadrimestre 2

Enseignants

Jérôme Coupé

Philippe Debongnie

Yves Fonck

Titulaire

Yves Fonck

Crédits / charge horaire

6 Crédits / 72h

Activités d'apprentissage

- Techniques et technologies / Infographie (2 Crédits / 24h)
- Techniques et technologies / Photographie (2 Crédits / 24h)
- Arts numériques / Réseaux (2 Crédits / 24h)

Référentiel de compétences (cf. annexe 1)

2, 3, 6

Compétences spécifiques et acquis d'apprentissage terminaux (cf. annexe 2)

4.1, 4.3, 5.1, 5.2, 6.2, 6.3

Acquis d'apprentissage

- Numériser un document original.
- Créer un photomontage pour réaliser, par exemple, une mise en situation.
- Optimiser une photo prise avec un appareil photo numérique à l'aide de logiciels adéquats.
- Intégrer la notion de format de fichier, de résolution, de sauvegarde et d'exportation.
- Utiliser les bases du logiciel InDesign pour l'intégration de textes/images.
- Concevoir une animation publicitaire courte.
- Utiliser les logiciels d'édition audio et d'animation.
- Analyser des photographies et développer un regard critique sur le cadrage, le choix d'un décor, d'un contexte, le choix des réglages de la profondeur de champ, etc.
- Situer une photographie dans son contexte historique et faire preuve d'une bonne culture générale du champ de la photographie.
- Réaliser des prises de vue avec éclairage d'appoint.
- Intégrer les bases du webdesign.
- Analyser et comprendre les interfaces numériques.

Évaluation

Évaluation non intégrée.

Coefficient de pondération :

- TT / Infographie 34 % ;
- TT / Photographie 33 % ;
- AN / Réseaux 33 %.

10
11
12
13
14
15
16
17

UE

BLOC 02

P.22
UE 10 – atelier de publicité
Atelier / Typographie / Rédaction
Publicitaire / Photographie

P.23
**UE 11 – activité de soutien
à l'atelier de publicité**
Dessin et moyens d'expression

P.24
UE 12 – art et pensée
Philosophie / Histoire et histoire des arts

P.25
UE 13 – techniques et technologies
Infographie / Production / Animation,
Multimedia et Internet

P.26
UE 14 – images et sens
Marketing

P.27
UE 15 – art et pensée
Philosophie / Histoire et histoire des arts

P.28
UE 16 – techniques et technologies
Infographie / Animation, Multimedia
et Internet / Réseaux

P.29
UE 17 – images et sens
Marketing / Communication

Unité d'enseignement 10

Quadrimestres 1 et 2

Enseignants

Yves Fonck

Matthieu Gorissen

Philippe Lepinois

Jérôme Van Den Broeck

Titulaire

Philippe Lepinois

Crédits / charge horaire

26 Crédits / 350h

Activités d'apprentissage

- Publicité / Atelier (20 Crédits / 200h)
- TT / Typographie (4 Crédits / 50h)
- Écriture / Rédaction Publicitaire (4 Crédits / 50h)
- Techniques et technologies / Photographie (4 Crédits / 50h)

Référentiel de compétences (cf. annexe 1)

1, 3, 4, 5, 6

Compétences spécifiques et acquis d'apprentissage terminaux (cf. annexe 2)

1.1, 1.2, 1.3, 1.4, 2.1, 2.2, 2.3, 3.1, 3.2, 3.3, 4.1, 4.3

Acquis d'apprentissage

- Interpréter avec pertinence les informations, indications et contraintes que contient la demande du client (briefing).
- Maîtriser la notion de « concept publicitaire » : transmettre le message au public cible en respectant l'identité de la marque et son positionnement marketing.
- Appréhender les notions de public-cible, marché et concurrence, ainsi que les techniques destinées à adapter un produit aux besoins sociétaux.
- Gérer un projet publicitaire depuis les premières pistes créatives jusqu'à sa présentation.
- Décliner de manière cohérente un même concept sur plusieurs supports et media.
- Imaginer des actions publicitaires qui sortent des media traditionnels : activation de marque, guérilla marketing, hors media, etc.
- Appliquer des procédés stimulant la créativité : top topical, testimonial, images valise, etc.
- Déceler ses affinités et ses aptitudes en rapport avec les métiers de la publicité pour une éventuelle spécialisation.
- Être capable d'autocritique et accepter la critique en comprenant qu'elle s'adresse au travail et non à la personne.
- Organiser et réaliser une prise de vue photographique et vidéo.
- Intégrer et retoucher une prise de vue photographique dans une production publicitaire.
- Créer des messages typographiques du concept à leur réalisation finale.
- Répondre aux exigences typographiques et être capable de préparer un travail graphique et numérique complet.
- Gérer un projet en développant une personnalité graphique.

Évaluation

Évaluation intégrée.

Unité d'enseignement 11

Quadrimestres 1 et 2

Enseignant et titulaire

Philippe Debongnie

Crédits / charge horaire

8 Crédits / 75h

Activité d'apprentissage

Dessin / Dessin et moyens
d'expression

Pré-requis

UE 02

**Référentiel de compétences
(cf. annexe 1)**

1, 5, 6

**Compétences spécifiques
et acquis d'apprentissage
terminaux (cf. annexe 2)**

3.1, 3.3, 4.1, 5.1, 6.2, 6.3

Acquis d'apprentissage

- Développer le dessin en tant que moyen d'expression créatif, sensible et novateur.
- Comprendre et restituer l'espace architectural, ainsi que composer celui-ci dans l'espace de la page.
- Comprendre et restituer un personnage intégré dans un espace architectural composé et cadré.
- Dessiner juste et de mémoire des personnages et des décors en vue de réaliser des story-boards.
- Par le dessin traduire de manière synthétique une situation ou un concept.

Évaluation

Évaluation intégrée.

Unité d'enseignement 12

Quadrimestre 1

Enseignants

Sébastien Biset

Pascale Seys

Titulaire

Pascale Seys

Crédits / charge horaire

4 Crédits / 52h

Activités d'apprentissage

- Sciences humaines et sociales / Philosophie (2 Crédits / 26h)
- Histoire et actualité des arts / Histoire et histoire des arts (2 Crédits / 26h)

Co-requis

UE 15

Référentiel de compétences (cf. annexe 1)

1, 5, 6

Compétences spécifiques et acquis d'apprentissage terminaux (cf. annexe 2)

1, 2.1, 3.2, 4.5, 5.4, 5.7, 6.1, 6.3, 6.4

Acquis d'apprentissage

- Développer une perception de la globalité.
- Clarifier des concepts / identifier et analyser des problématiques / organiser des hypothèses explicatives.
- Exploiter des ressources bibliographiques pertinentes.
- Maîtriser le vocabulaire et les outils conceptuels propres à la philosophie en général et aux sciences humaines en particulier.
- Identifier la permanence et l'évolution historique des questionnements philosophiques.
- Être capable de lire et d'interpréter un texte philosophique.
- Se situer dans (et par rapport à) un héritage culturel en aiguisant son esprit critique.
- Réinterpréter, dans le contexte contemporain, ce que signifie le souci de la « vie bonne ».
- Comprendre l'apport fondamental de la philosophie, des sciences humaines et des théories sociales aux valeurs de la société contemporaine.
- Analyser une œuvre d'art de manière autonome en ayant recours à un vocabulaire adapté.
- Construire une réflexion personnelle et argumentée de manière sensible et rigoureuse.
- Se positionner de manière ouverte face aux arts actuels et non européens.

Évaluation

Évaluation non intégrée.

Coefficient de pondération :

- SHS / Philosophie 50 % ;
- HAA / Histoire et histoire des arts 50 %.

Unité d'enseignement 13

Quadrimestre 1

Enseignants

Jérémy Depuydt

Filippo Fontana

Alessandra Ghiringhelli

Titulaire

Alessandra Ghiringhelli

Crédits / charge horaire

6 Crédits / 78h

Activités d'apprentissage

– Techniques et technologies /
Infographie
[2 Crédits / 26h]

– Techniques et technologies /
Production [2 Crédits / 26h]

– Arts numériques / Animation,
Multimedia et Internet
[2 Crédits / 26h]

Pré-requis

UE 09

Co-requis

UE 16

**Référentiel de compétences
(cf. annexe 1)**

2, 3, 6

**Compétences spécifiques
et acquis d'apprentissage
terminaux (cf. annexe 2)**

4.1, 4.3, 5.1, 5.2, 6.2, 6.3

Acquis d'apprentissage

- Analyser la demande et le contexte en cherchant une solution numérique parmi les logiciels étudiés.
- Trouver des informations et des références utiles à l'élaboration d'un projet graphique complet.
- Explorer de manière créative des pistes de solutions pour répondre à une demande artistique, financière et/ou technique.
- Gérer un projet et développer une personnalité graphique à travers les notions apprises.
- Communiquer, argumenter, présenter et développer ses idées en tenant compte des exigences d'un client hypothétique.
- Gérer les bases du Motion Design.
- Être capable de créer des vidéos/animations destinées aux réseaux sociaux.

Évaluation

Évaluation non intégrée.

Coefficient de pondération :

– TT / Infographie 34 % ;

– TT / Production 33 % ;

– AN / Animation, Multimedia et Internet 33 %.

Unité d'enseignement 14

Quadrimestre 1

Enseignante et titulaire

Maryse Dhaene

Crédits / charge horaire

2 Crédits / 24h

Activités d'apprentissage

Sciences humaines et
sociales / Marketing

Co-requis

UE 17

**Référentiel de compétences
(cf. annexe 1)**

1, 2, 5, 7

**Compétences spécifiques
et acquis d'apprentissage
terminaux (cf. annexe 2)**

1.1, 1.2, 1.3, 1.4, 2.1, 2.2, 2.3,
3.2, 6.1

Acquis d'apprentissage

- Comprendre les objectifs d'un client (commerciaux, marketing, communication, image, etc.).
- Appréhender les notions de public-cible, marché et concurrence, ainsi que les techniques destinées à adapter un produit aux besoins sociétaux.
- Appréhender l'environnement publicitaire, culturel et sociologique avec lequel on interagit, en adéquation avec son temps.
- Décoder les concepts qui sous-tendent une campagne publicitaire.

Évaluation

Évaluation non intégrée.

Unité d'enseignement 15

Quadrimestre 2

Enseignants

Sébastien Biset

Pascale Seys

Titulaire

Pascale Seys

Crédits / charge horaire

4 Crédits / 48h

Activités d'apprentissage

- Sciences humaines et sociales / Philosophie (2 Crédits / 24h)
- Histoire et actualité des arts / Histoire et histoire des arts (2 Crédits / 24h)

Co-requis

UE 12

Référentiel de compétences (cf. annexe 1)

1, 5, 6

Compétences spécifiques et acquis d'apprentissage terminaux (cf. annexe 2)

1, 2.1, 3.2, 4.5, 5.4, 5.7, 6.1, 6.3, 6.4

Acquis d'apprentissage

- Développer une perception de la globalité.
- Clarifier des concepts / identifier et analyser des problématiques / organiser des hypothèses explicatives.
- Exploiter des ressources bibliographiques pertinentes.
- Maîtriser le vocabulaire et les outils conceptuels propres à la philosophie en général et aux sciences humaines en particulier.
- Identifier la permanence et l'évolution historique des questionnements philosophiques.
- Être capable de lire et d'interpréter un texte philosophique.
- Se situer dans (et par rapport à) un héritage culturel en aiguisant son esprit critique.
- Réinterpréter, dans le contexte contemporain, ce que signifie le souci de la « vie bonne ».
- Comprendre l'apport fondamental de la philosophie, des sciences humaines et des théories sociales aux valeurs de la société contemporaine.
- Analyser une œuvre d'art de manière autonome en ayant recours à un vocabulaire adapté.
- Construire une réflexion personnelle et argumentée de manière sensible et rigoureuse.
- Se positionner de manière ouverte face aux arts actuels et non européens.

Évaluation

Évaluation non intégrée.

Coefficient de pondération :

- SHS / Philosophie 50 % ;
- HAA / Histoire et histoire des arts 50 %.

Unité d'enseignement 16

Quadrimestre 2

Enseignants

Jérôme Coupé

Jérémy Depuydt

Alessandra Ghiringhelli

Titulaire

Alessandra Ghiringhelli

Crédits / charge horaire

6 Crédits / 72h

Activités d'apprentissage

- Techniques et technologies / Infographie (2 Crédits / 24h)
- Arts numériques / Réseaux (2 Crédits / 24h)
- Arts numériques / Animation, Multimedia et Internet (2 Crédits / 24h)

Co-requis

UE 13

Référentiel de compétences (cf. annexe 1)

2, 3, 6

Compétences spécifiques et acquis d'apprentissage terminaux (cf. annexe 2)

4.1, 4.3, 5.1, 5.2, 6.2, 6.3

Acquis d'apprentissage

- Développer une pratique basée sur des savoir-faire techniques et trouver les solutions appropriées parmi les logiciels ou langages web étudiés.
- Identifier les caractéristiques techniques, les enjeux formels et de communication d'un projet dans un contexte global et spécifique.
- S'inscrire activement dans une recherche de références et solutions techniques répondant à l'évolution constante des technologies.
- Justifier ses choix techniques et esthétiques et allier technique et créativité.
- Maîtriser les bases de la création d'un site Internet.
- Intégrer la notion de Responsive Design.
- Gérer les bases du Motion Design.
- Être capable de créer des vidéos/animations destinées aux réseaux sociaux.
- Analyser et comprendre les interfaces numériques.

Évaluation

Évaluation non intégrée.

Coefficient de pondération :

- TT / Infographie 34 % ;
- AN / Réseaux 33 % ;
- AN / Animation, Multimedia et Internet 33 %.

Unité d'enseignement 17

Quadrimestre 2

Enseignants

Maryse Dhaene

Jean-Louis Lefebvre

Titulaire

Maryse Dhaene

Crédits / charge horaire

4 Crédits / 48h

Activités d'apprentissage

- Sciences humaines et sociales / Marketing
[2 Crédits / 24h]
- Sciences humaines et sociales / Communication
[2 Crédits / 24h]

Co-requis

UE 14

**Référentiel de compétences
(cf. annexe 1)**

1, 2, 5, 7

**Compétences spécifiques
et acquis d'apprentissage
terminaux (cf. annexe 2)**

1.1, 1.2, 1.3, 1.4, 2.2, 6.1, 6.2,
6.3

Acquis d'apprentissage

- Maîtriser un outil d'analyse théorique, basé sur la sémiologie des actes du langage, et l'appliquer à l'analyse d'énoncés publicitaires.
- Développer une analyse thématique du parcours de lecture d'une publicité et comprendre que celui-ci est au service de l'impact perceptif de la publicité.
- Analyser un énoncé publicitaire et montrer comment celui-ci se présente comme un conseil au consommateur.
- Analyser un énoncé publicitaire et démontrer dans quelle mesure celui-ci implique l'acte d'achat par le consommateur.
- Décrire à partir d'un énoncé publicitaire ses parcours thématique et figuratif.

Évaluation

Évaluation non intégrée.

Coefficient de pondération :

- SHS / Marketing 50 % ;
- SHS / Communication 50 %.

18
19
20
21
22
23

UE

BLOC 03

P.32

UE 18 – atelier de publicité + TFE
Atelier / Stages

P.33

UE 19 – techniques et technologies
Production / Infographie

P.34

UE 20 – image et sens
Communication / Nouveaux media

P.35

UE 21 – activité de soutien à l'atelier
Design graphique

P.36

UE 22 – art et pensée
Philosophie

P.37

UE 23 – intégration professionnelle
Stages

Unité d'enseignement 18

Quadrimestres 1 et 2

Enseignants

Bertrand Degreef
Laurent Duffaut
Jean-Louis Lefebvre
Philippe Lepinois

Titulaire

Bertrand Degreef

Crédits / charge horaire

26 Crédits / 200h

Activités d'apprentissage

- Publicité / Atelier
[24 Crédits / 200h]
- Stages / Externes
[2 Crédits / 26h]
- TFE

Pré-requis

UE 10

**Référentiel de compétences
(cf. annexe 1)**

2, 3, 4, 5, 6, 7

**Compétences spécifiques
et acquis d'apprentissage
terminaux (cf. annexe 2)**

1.1, 1.2, 1.3, 1.4, 2.1, 2.2, 2.3,
3.1, 3.2, 3.3, 4.1, 4.2, 4.3, 4.4,
4.5, 5.1, 5.2, 6.1, 6.3, 7

Acquis d'apprentissage

- Comprendre la problématique d'un client et élaborer avec lui une stratégie globale adéquate.
- Inscrire un projet dans son contexte concurrentiel et sociétal.
- Intégrer et respecter des contraintes liées au projet : media, charte graphique, budget, timing.
- Concevoir des actions et campagnes publicitaires sur media dits traditionnels (affichage, TV, radio).
- Concevoir des actions publicitaires intégrées qui sortent des media traditionnels : communication WEB, réseaux sociaux, activation de marque, guérilla marketing, actions hors media, etc.
- Affirmer ses affinités et ses aptitudes en rapport avec les métiers de la publicité et préciser sa spécialisation.
- Travailler en binôme (team créatif) de manière respectueuse et collaborative.
- Développer de nombreuses pistes créatives dans des registres différents.
- Gérer une campagne publicitaire depuis le concept jusqu'aux indications menant à l'application des techniques nécessaires à sa production.
- Présenter, argumenter et défendre son projet.
- Être capable d'autocritique et accepter la critique en comprenant qu'elle concerne la création et non le créateur.
- Rédiger un travail rédactionnel de fin d'études (TFE) en lien avec le PFE.

Évaluation

- Évaluation non intégrée.
Coefficient de pondération :
- Publicité / Atelier 90 % ;
 - Stages / Externes 10 %.

Unité d'enseignement 19

Quadrimestre 1

Enseignants

Filippo Fontana

Alessandra Ghiringhelli

Titulaire

Alessandra Ghiringhelli

Crédits / charge horaire

4 Crédits / 52h

Activités d'apprentissage

– Techniques et technologies /
Production (2 Crédits / 26h)

– Techniques et technologies /
Infographie (2 Crédits / 26h)

Pré-requis

UE 13

**Référentiel de compétences
(cf. annexe 1)**

2, 3, 6

**Compétences spécifiques
et acquis d'apprentissage
terminaux (cf. annexe 2)**

4.1, 4.3, 5.1, 5.2, 6.2, 6.3

Acquis d'apprentissage

- Étudier et proposer des solutions en tenant compte des desiderata du client.
- Connaître les différentes techniques de production et être capable de tirer l'essentiel de l'accessoire.
- Développer un concept et appliquer les connaissances du langage artistique de la communication visuelle et de la typographie pour transmettre des messages originaux.
- Organiser et gérer son temps en conciliant créativité et contraintes techniques.
- Connaître et démontrer une ouverture aux différents supports et nouveaux media.
- Appliquer les acquis dans le domaine de l'édition, de la création et dans les procédés d'impression et de fabrication.
- Communiquer, argumenter, présenter et développer ses idées en tenant compte des exigences d'un client hypothétique.

Évaluation

Évaluation non intégrée.

Coefficient de pondération :

- TT / Production 50 % ;
- TT / Infographie 50 %.

Unité d'enseignement 20

Quadrimestre 1

Enseignants

Jean-Louis Lefebvre

Damien Walckiers

Titulaire

Jean-Louis Lefebvre

Crédits / charge horaire

8 Crédits / 78h

Activité d'apprentissage

– Sciences humaines et sociales / Communication

[3 Crédits / 26h]

– Histoire de l'art /

Nouveaux media

[5 Crédits / 52h]

Pré-requis

UE 17

Co-requis

UE 28

**Référentiel de compétences
(cf. annexe 1)**

1, 2, 5, 7

**Compétences spécifiques
et acquis d'apprentissage
terminaux (cf. annexe 2)**

1.1, 1.2, 1.3, 1.4, 2.2, 6.1,

6.2, 6.3

Acquis d'apprentissage

- Comprendre l'évolution des stratégies de communication dans l'histoire de la publicité.
- Situer une campagne publicitaire « historique » dans son contexte sociologique et culturel :
 - reconstituer l'ADN marketing de la marque ;
 - montrer en quoi consistaient, à l'époque, l'originalité et la pertinence de cette campagne ;
 - définir la stratégie (éventuellement à plusieurs facettes) de cette campagne ;
 - analyser l'argumentaire de cette campagne et de mettre en évidence, de manière critique, les procédés utilisés.
- Maîtriser les modes d'expression publicitaire dans les media sociaux.
- Comprendre les stratégies publicitaires actuelles liées aux media sociaux.

Évaluation

Évaluation non intégrée.

Coefficient de pondération :

– SHS / Communication 50 % ;

– HAA / Nouveaux media 50 %.

Unité d'enseignement 21

Quadrimestre 1

Enseignant et titulaire

Matthieu Gorissen

Crédits / charge horaire

6 Crédits / 52h

Activité d'apprentissage

Typographie / Design graphique

**Référentiel de compétences
(cf. annexe 1)**

1, 2, 3, 5, 6, 7

**Compétences spécifiques
et acquis d'apprentissage
terminaux (cf. annexe 2)**

1.1, 1.2, 1.3, 1.4, 2.1, 2.2, 2.3,
3.1, 3.2, 3.3, 4.1, 4.3, 4.4, 4.5,
5.1, 5.2, 6.1, 6.3, 7

Acquis d'apprentissage

- Appliquer les techniques de mise en page à des documents complexes.
- Affirmer sa personnalité graphique dans la réalisation de documents.

Évaluation

Évaluation intégrée.

Unité d'enseignement 22

Quadrimestre 1

Enseignante et titulaire

Pascale Seys

Crédits / charge horaire

4 Crédits / 52h

Activités d'apprentissage

– Sciences humaines et
sociales / Philosophie
(2 Crédits / 24h)

**Référentiel de compétences
(cf. annexe 1)**

1, 5, 6

**Compétences spécifiques
et acquis d'apprentissage
terminaux (cf. annexe 2)**1, 2.1, 3.2, 4.5, 5.4, 5.7, 6.1,
6.3, 6.4

Acquis d'apprentissage

- Développer une perception de la globalité.
- Maîtriser le vocabulaire et les outils conceptuels propres à la philosophie en général et aux sciences humaines en particulier.
- Identifier la permanence et l'évolution historique des questionnements philosophiques.
- Se situer dans (et par rapport à) un héritage culturel en aiguisant son esprit critique.
- Réinterpréter, dans le contexte contemporain, le souci de « la vie bonne » et de ce que signifie « habiter le monde » depuis l'antiquité.
- Comprendre l'apport fondamental de la philosophie, des sciences humaines et des théories sociales contemporaines aux arts virtuels afin de contribuer à rendre le monde humainement habitable.
- Transposer les principes de la rhétorique dans la pratique publicitaire.
- Mener une réflexion personnelle, originale et argumentée.

Évaluation

Évaluation intégrée.

Unité d'enseignement 23

Quadrimestre 2

Enseignants

Bertrand Degreef

Laurent Duffaut

Titulaire

Laurent Duffaut

Crédits / charge horaire

12 Crédits

Activité d'apprentissage

Publicité / Stages externes

**Référentiel de compétences
(cf. annexe 1)**

1, 5, 6

**Compétences spécifiques
et acquis d'apprentissage
terminaux (cf. annexe 2)**

1.1, 1.2, 1.3, 1.4, 2.1, 2.2, 2.3,
3.1, 3.2, 3.3, 4.1, 4.2, 4.3, 4.4,
4.5, 5.1, 5.2, 6.1, 6.3, 7

Acquis d'apprentissage

- S'intégrer dans une équipe et faire preuve de professionnalisme, de proactivité et de capacité d'adaptation aux contraintes liées au monde professionnel.
- Concrétiser et appliquer les compétences acquises à l'école dans un contexte professionnel.
- Faire preuve de citoyenneté, d'éthique et de responsabilité professionnelle et sociale.

Évaluation

Évaluation intégrée.

ANNEXE 1

RÉFÉRENTIEL DE COMPÉTENCES

Dans le domaine des arts plastiques, visuels et de l'espace, le grade de bachelier en Publicité est décerné aux étudiant(e)s qui :

1. expérimentent et mettent en œuvre une pratique artistique singulière située dans un contexte étendu théorique, historique et socio-politique ;
2. ont acquis des connaissances et des compétences approfondies en Publicité à un haut niveau de formation basé sur la recherche, l'expérimentation et l'étude de savoirs théoriques ;
3. mettent en œuvre, articulent et valorisent, de manière singulière ces connaissances et ces compétences dans le cadre de la poursuite de leurs études et démontrent leur aptitude à élaborer et à développer en Publicité une réflexion et des propositions artistiques ;
4. présentent une production artistique également validée en dehors du champ académique ;
5. collectent, analysent et interprètent, de façon pertinente, des données – généralement dans leur domaine de création – en vue d'inventer des propositions artistiques et de développer une attitude critique qui intègre une réflexion sur des questions sociétales, artistiques et éthiques ;
6. présentent leurs productions artistiques et communiquent à leur propos selon des modalités adaptées au contexte ;
7. ont développé les méthodes d'apprentissage nécessaires à poursuivre leur formation de manière autonome.

ANNEXE 2
COMPÉTENCES
SPÉCIFIQUES
ET ACQUIS
D'APPRENTISSAGE
TERMINAUX

Au terme du 1^{er} cycle en Publicité, l'étudiant(e) sera capable de :

1. Comprendre et analyser le briefing.

- 1.1 Comprendre les objectifs du client (commerciaux, marketing, communication, image, etc.).
- 1.2 S'informer sur le produit / service et se familiariser avec ses caractéristiques.
- 1.3 Prendre en compte le public cible et ses besoins.
- 1.4 Identifier les contraintes (media, graphisme, timing, budget).

2. Contextualiser le briefing.

- 2.1 Décoder le concept qui sous-tend une campagne publicitaire.
- 2.2 Tenir compte de l'environnement publicitaire, culturel et sociologique avec lequel on interagit, en adéquation avec son temps.
- 2.3 Suivre les évolutions du marché et de la concurrence.

3. Élaborer des concepts créatifs en phase avec le briefing.

- 3.1 Utiliser des ressources pour stimuler la créativité : brainstorming, dessin, rough layout, exploration des techniques de représentation.
- 3.2 Élaborer des idées en tandem au sein du team créatif (directeur artistique / concepteur-rédacteur).
- 3.3 Développer de nombreuses pistes créatives, dans des registres différents.

4. Gérer la campagne publicitaire depuis le concept jusqu'à la réalisation.

- 4.1 Choisir les modes d'expression les plus adaptés à la transmission du message.
- 4.2 Adapter la création à tous les media concernés, en tenant compte de leurs spécificités, du budget et du timing de réalisation.
- 4.3 Appliquer les techniques nécessaires à la production (print, audiovisuelle, digitale) de la campagne.
- 4.4 Coordonner l'application de techniques particulières par des intervenants extérieurs : graphisme, illustration, typographie, photographie, production audiovisuelle, webdesign, nouveaux media, etc.
- 4.5 Agir en adéquation avec l'ensemble de l'équipe concernée par la campagne.

5. Présenter, argumenter et défendre ses idées créatives.**5.1** Être capable d'autocritique.**5.2** Défendre ses idées et accepter les critiques pour mieux rebondir.**6. Cultiver, renforcer et stimuler son envie de créer.****6.1** S'imprégner de l'univers de la publicité : création publicitaire, agences, media, production, personnalités, campagnes, etc.**6.2** Se nourrir des évolutions de la société et de la création en dehors du monde de la publicité.**6.3** Faire preuve d'autodidaxie : détermination, engagement, recherche, curiosité, formation continuée, contacts sociaux et professionnels, etc.**7. Faire preuve de citoyenneté, d'éthique et de responsabilité professionnelle et sociale.**



BLOC 03

60 CRÉDITS

QUADRI 01+02

UE 18
Atelier PU
+TFE

- PU / Atelier
- Stages / Externes

UE 10

26 crédits

QUADRI 01

UE 19
Techniques et technologies

- TT / Production
- TT / Infographie

UE 13

4 crédits

UE 20
Image et sens

- SHS / Communication
- HAA / Nouveaux média

8 crédits

UE 21
Activité de soutien à l'atelier PU

- Typographie / Design graphique

6 crédits

UE 22
Art et Pensée

- SHS / Philosophie

4 crédits

QUADRI 02

UE 23
Intégration professionnelle

- Stages

12 crédits

BLOC 02

60 CRÉDITS

QUADRI 01+02

UE 10
Atelier PU

- PU / Atelier
- TT / Typographie
- Écriture / Rédaction publicitaire
- TT / Photographie

26 crédits

UE 11
Activité de soutien à l'atelier PU

- Dessin / Dessin et moyens d'expression

UE 02

8 crédits

QUADRI 01

UE 12
Art et Pensée

- HAA / Histoire et histoire des arts
- SHS / Philosophie

UE 15

4 crédits

UE 13
Techniques et technologies

- TT / Production
- TT / Infographie
- AN / Animation, Multimedia et Internet

UE 09

UE 16

6 crédits

UE 14
Image et sens

- SHS / Marketing

UE 17

2 crédits

QUADRI 02

UE 15
Art et Pensée

- HAA / Histoire et histoire des arts
- SHS / Philosophie

UE 12

4 crédits

UE 16
Techniques et technologies

- TT / Infographie
- AN / Animation, Multimedia et Internet
- AN / Réseaux

UE 13

6 crédits

UE 17
Image et sens

- SHS / Marketing
- SHS / Communication

UE 14

4 crédits

BLOC 01

60 CRÉDITS

QUADRI 01+02

UE 01
Atelier PU

- PU / Atelier
- TT / Typographie
- PU / Culture publicitaire

20 crédits

UE 02
Activité de soutien à l'atelier PU

- Dessin / Dessin et moyens d'expression

8 crédits

QUADRI 01

UE 03
Art et culture

- HAA / Histoire et histoire des arts
- SHS / Communication
- HAA / Analyse de l'image

6 crédits

UE 04
Image et sens

- Sémiologie / image
- CGV / Typographie et arts du livre

4 crédits

UE 05
Techniques et technologies

- TT / Infographie
- TT / Photographie
- AN / Réseaux

6 crédits

QUADRI 02

UE 06
Art et culture

- HAA / Histoire et histoire des arts
- SHS / Communication
- HAA / Analyse de l'image

6 crédits

UE 07
Media

- HAM / Théorie des media

2 crédits

UE 08
Art et Pensée

- SHS / Philosophie

2 crédits

UE 09
Techniques et technologies

- TT / Infographie
- TT / Photographie
- AN / Réseaux

6 crédits