

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

2021-2022  
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**

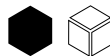
P.39

## **annexes**

P.42

## **unités d'enseignement – organigramme**

**PROGRAMME D'ÉTUDES  
BACHELIER  
TYPE COURT**



**2021-2022  
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 16/09 au 31/01, du 03/02 au 30/06, du 01/07 au 14/09*

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**

Sophie Colens  
Michel Debacker  
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).
- Décliner une campagne sur différents supports.

**Évaluation**

Évaluation intégrée.

---

**Unité d'enseignement 2**

Quadrimestres 1 et 2

---

**Enseignant et titulaire**

Denis Deprez

---

**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**

Anne Pintus  
Fabrice Sabatier  
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.

---

**Unité d'enseignement 4**

Quadrimestre 1

**Enseignants**

André-Yves Coenderaet

Quentin Gille

**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.

---

**Unité d'enseignement 5**

Quadrimestre 1

**Enseignants**

Philippe Debongnie

Yves Fonck

Hélène Vanderbrecht

**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.
- Optimiser une photo prise avec un appareil photo numérique à l'aide des logiciels adéquats.
- Intégrer la notion de format de fichier, de résolution, de sauvegarde et d'exportation.
- Intégrer les différentes facettes de la suite Adobe, la retouche photo avec Photoshop, le dessin vectoriel avec Illustrator et la mise en page avec InDesign
- Assembler des images numériquement pour réaliser, par exemple, une mise en situation ou une planche d'inspiration.
- 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 design digital, de la conception graphique et du prototypage avec Adobe XD.
- Analyser et comprendre les interfaces numériques.

**Évaluation**

Évaluation non intégrée.

**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.

---

**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 intégrée.

---

**Unité d'enseignement 8**

Quadrimestre 2

---

**Enseignant et titulaire**

Simon Brunfaut

---

**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**

Philippe Debongnie

Yves Fonck

Hélène Vanderbrecht

**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.
- Optimiser une photo prise avec un appareil photo numérique à l'aide des logiciels adéquats.
- Intégrer la notion de format de fichier, de résolution, de sauvegarde et d'exportation.
- Intégrer les différentes facettes de la suite Adobe, la retouche photo avec Photoshop, le dessin vectoriel avec Illustrator et la mise en page avec InDesign.
- 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.

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 – Communication**  
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 (17 Crédits / 200h)
- TT / Typographie (3 Crédits / 50h)
- Écriture / Rédaction Publicitaire (3 Crédits / 50h)
- Techniques et technologies / Photographie (3 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.

---

**Unité d'enseignement 13**

Quadrimestre 1

**Enseignants**

Jérémy Depuydt

Filippo Fontana

**Titulaire**

Filippo Fontana

---

**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.

---

**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 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.

**Unité d'enseignement 16**

Quadrimestre 2

**Enseignants**

Jérémy Depuydt

Filippo Fontana

Hélène Vanderbrecht

**Titulaire**

Filippo Fontana

**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.

---

**Unité d'enseignement 17**

Quadrimestre 2

**Enseignants**

Quentin Gille

Damien Walckiers

**Titulaire**

Damien Walckiers

---

**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**

- 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.
- 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.



18  
19  
20  
21  
22  
23

UE

# BLOC 03

P.32  
**UE 18 – atelier de publicité**  
Atelier

P.33  
**UE 19 – TFE**  
Stages / Méthodologie de la recherche

P.34  
**UE 20 – techniques et technologies**  
Production / Infographie

P.35  
**UE 21 – image et sens**  
Communication / Nouveaux media

P.36  
**UE 22 – activité de soutien à l'atelier**  
Design graphique

P.37  
**UE 23 – art et pensée**  
Philosophie

---

**Unité d'enseignement 18**

Quadrimestres 1 et 2

---

**Enseignants**

Bertrand Degreef

Laurent Duffaut

Philippe Lepinois

**Titulaire**

Bertrand Degreef

---

**Crédits / charge horaire**

23 Crédits / 200h

---

**Activité d'apprentissage**

Publicité / Atelier

---

**Pré-requis**

UE 10

---

**Co-requis**

UE 19

---

**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.

**Évaluation**

Évaluation intégrée.

**Unité d'enseignement 19**

Quadrimestres 1 et 2

**Enseignants**

Bertrand Degreef

Laurent Duffaut

Quentin Gille

**Titulaire**

Laurent Duffaut

**Crédits / charge horaire**

15 Crédits / 160h

**Activités d'apprentissage**

– Stages (10 Crédits / 100h)

– Méthodologie / De la recherche (5 Crédits / 60h)

**Co-requis**

UE 18

**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.
- Fournir un rapport de stage qui intègre une partie rédactionnelle.
- Mener une recherche documentaire associée à au moins un enjeu du stage.
- Établir une bibliographie présentant des sources diverses et correctement référencées.
- Faire preuve de citoyenneté, d'éthique et de responsabilité professionnelle et sociale.

**Évaluation**

Travail écrit et rapport de stage (évaluation non intégrée).

---

**Unité d'enseignement 20**

Quadrimestre 1

---

**Enseignant et titulaire**

Filippo Fontana

---

**Crédits / charge horaire**

6 Crédits / 52h

---

**Activités d'apprentissage**

- Techniques et technologies / Production [3 Crédits / 26h]
- Techniques et technologies / Infographie [3 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 intégrée.

---

**Unité d'enseignement 21**

Quadrimestre 1

---

**Enseignants**

Quentin Gille

Damien Walckiers

**Titulaire**

Quentin Gille

---

**Crédits / charge horaire**

6 Crédits / 78h

---

**Activité d'apprentissage**

– Sciences humaines et  
sociales / Communication

(2 Crédits / 26h)

– Histoire de l'art /

Nouveaux media

(4 Crédits / 52h)

---

**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.

---

**Unité d'enseignement 22**

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 23**

Quadrimestre 1

---

**Enseignante et titulaire**

Pascale Seys

---

**Crédits / charge horaire**

4 Crédits / 52h

---

**Activités 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**

- 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.

---

## **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<sup>er</sup> 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.**