

Option
Publicité

Cours
Typo / Logo
Graphic Design

Enseignant(s)
Julien Favier

Année
BAC 1

Crédits ECTS
5

Volume horaire
75h

Périodicité
Annuelle

Code
TL41

Unité d'enseignement
UE 3

Langue (s)
Français

Prérequis
/

Corequis
/

Acquis d'apprentissage spécifique

L'étudiant :

- Comprendra les règles élémentaires de typographie, de composition et de mise en page et sera capable de les mettre en pratique dans ses travaux.
- Sera capable de définir, choisir, composer et hiérarchiser un visuel et une typographie.
- Comprendra les différents mécanismes de conception d'un logo et sera capable de les adapter à ses propres réalisations.
- Sera capable de composer des visuels attractifs et innovants sur une base typographique en réponse à une demande précise.
- Sera capable de traduire visuellement une idée, un message ou des informations.

Activités d'apprentissage

L'atelier de Graphic Design a pour but de familiariser l'étudiant à la typographie, la mise en page et la composition. A l'aide de différents exercices il apprendra à affirmer sa créativité à travers ces outils graphique. Il a également pour but de lui apprendre à synthétiser une idée, un message pour créer un logotype ou un visuel original, signifiant et facilement identifiable.

Seront abordés :

- Les fondamentaux de la typographie
- La synthétisation d'une idée pour créer une image attractive et créative.
- Les méthodes de développement de pistes de recherche variés pour aboutir à une idée originale et porteuse de sens.
- Les méthodes de finalisation et déclinaison pour valoriser un projet.
- L'importance de la mise en page et de la composition dans un visuel, pour maîtriser sa lecture, son équilibre et faciliter sa compréhension.
- Le logotype et ses différents modes de conception.
- L'importance d'une réflexion créative pour développer un sujet pertinent.
- La maîtrise des outils et technologies les plus contemporains afin de les mettre au service des idées choisies.

Méthodes d'enseignements et d'apprentissages

Méthode basée sur une approche essentiellement pratique, accompagnée d'une mise au point théorique au fur et à mesure de l'année.

- L'étudiant assimilera les principes fondamentaux de la typographie et du logo en faisant évoluer ses réponses aux sujets par le biais d'exercices hebdomadaires.
- Il sera familiarisé à l'actualité graphique afin d'enrichir sa curiosité envers les nouvelles tendances.
- Il assimilera le processus de conception d'un visuel graphique, de

logo et de typographie en travaillant à l'aide d'un cahier de recherches qui l'amènera à développer l'expérimentation et la richesse de ses propositions.

- Il apprendra à manier les outils appropriés pour finaliser ses projets.
- La communication entre les étudiants sera régulièrement favorisée par le biais de corrections collectives qui développeront leurs sens d'analyses et de critiques.
- La réflexion collective et le partage des idées seront au centre de l'apprentissage afin de générer des idées nouvelles.

Modalités d'évaluation

Les corrections se feront en priorité de façon individuelle afin de guider au mieux chacun des étudiants. Régulièrement des corrections collectives seront mises en place afin de permettre à l'étudiant de se situer par rapport au groupe.

L'évaluation se fera de façon continue. L'ensemble des travaux est réévalué lors du jury de fin de session. L'étudiant sera évalué en fonction de la pertinence de ses travaux, de sa créativité, son assiduité, son investissement et son évolution personnelle.

Option
Publicité

Cours
Storyboard

Enseignant(s)
Jean-François Damas
Bruno Boulanger

Année
BAC 1

Crédits ECTS
5

Volume horaire
1,5 h/semaine

Périodicité
Annuelle

Code
SB41

Unité d'enseignement
UE 3

Langue (s)
Français

Prérequis
/

Corequis
Dessin rough

Acquis d'apprentissage spécifique

Au terme de l'année académique, l'étudiant maîtrisera les techniques narratives de base du spot télé et du spot cinéma, aussi bien sous la forme d'un synopsis simple que d'un découpage scénaristique complexe

Activités d'apprentissage

- Structure d'un storyboard et utilité des éléments constitutifs.
- Construction d'un scénario et découpage scénaristique.
- Ecriture d'un synopsis et d'une argumentation de présentation simple.
- Découverte des mouvements de caméra, cadrages et rythmiques narratives.
- Vocabulaire professionnel et analyse de spots et scénarios existants.
- Développement de la culture cinématographique et télévisuelle.

Méthodes d'enseignements et d'apprentissages

Succession d'exercices courts sur base de techniques simples de construction scénaristique, tant au niveau visuel que textuel. Chaque exercice est divisé en 2 parties données sur 2 semaines :

1. l'étudiant essaye de comprendre et de trouver une solution à une problématique donnée ;
2. Il corrige ses erreurs.

Modalités d'évaluation

Les corrections se font de façon collégiale, les étudiants sont invités à critiquer de façon constructive leur travail. L'évaluation est continue et donnée en classe. L'ensemble des travaux est réévalué lors du jury de fin de session.

Option
Publicité

Cours
Atelier
Image (de marque)

Enseignant(s)
Denis Scieur
Soutien : Anne Lemaire

Année
BAC 1

Crédits ECTS
5

Volume horaire
60h

Périodicité
Annuel

Code
41Q2

Unité d'enseignement
UE1 – Atelier Publicité

Langue (s)
Français

Prérequis
Néant

Corequis
Voir détail ci-après

Corequis : Pour accéder à la deuxième année, l'étudiant(e) devra également avoir obtenu la moyenne dans les cours de *concept* et de *typographie*.

Acquis d'apprentissage spécifiques :

- Au terme de l'année académique, l'étudiant(e) comprendra les règles élémentaires de composition d'une image et sera capable d'appliquer ces mécaniques de construction à une nouvelle composition.
- Au terme de l'année académique, l'étudiant(e) sera capable de recomposer une image et d'en reproduire le sentiment sur base d'une étude formelle et chromatique.
- Au terme de l'année académique, l'étudiant(e) comprendra les règles élémentaires de composition d'une mise en page et sera capable de les appliquer à une nouvelle composition.
- Au terme de l'année académique, l'étudiant(e) prendra en charge la conceptualisation et la réalisation graphique d'une affiche en respectant les contraintes liées à sa fonction et en appliquant les principes fondamentaux de composition (hiérarchie de lecture de l'information) inhérents à ce support de communication.
- Au terme de l'année académique, l'étudiant déclinera l'univers (graphique et conceptuel) d'une image sur les canevas graphiques imposés par différents médias.
- Au terme de l'année académique, l'étudiant aura compris les règles élémentaires du Branding (image de marque) et sera capable de les appliquer à travers la création d'un produit, de son univers de marque et l'élaboration d'une stratégie de lancement simple.
- Au terme de l'année académique, l'étudiant sera capable de présenter ses projets de manière claire, qualitative et utilisera à ces fins les programmes graphiques appropriés.

Activités d'apprentissage :

L'atelier *Image* cherche avant tout à développer la sensibilité graphique de l'étudiant à travers différentes approches et différents types d'applications. Nous y aborderons les règles générales de la composition d'une image et d'une mise en page à travers des exercices précis. Ces exercices permettront également aux étudiants d'intégrer les compétences développées aux cours de *Typographie*, de *Dessin* et de *Photo/Photoshop*.

L'atelier *Image* offre également aux étudiants la possibilité de découvrir ou améliorer leur maîtrise du programme *Indesign*. Cette formation sera proposée par Mme Anne Lemaire (1h/semaine – par alternance de groupes) et permettra aux étudiants d'aborder la mise en image de leurs projets de manière professionnelle.

Programme d'apprentissage :

Seront abordés :

- Lecture et analyse conceptuelle d'une image ou d'une mise en page ;
- Approche des rapports de formes et notions d'équilibre dans la composition (formes, masses, couleurs, dynamique);

- Les principes de composition liés aux différents types de supports (print et digitaux) ;
- Principes fondamentaux du Branding et de ses domaines d'application ;
- Le *Branding* comme outil de management des marques ;
- Réflexion stratégique liée au positionnement de marque ;
- Atelier d'initiation à Indesign (en collaboration avec le professeur d'Infographie) afin de faciliter la mise en place de leurs projets.

Méthodes d'enseignement et d'apprentissage :

Succession d'exercices de composition et de réflexion stratégique (image de marque, choix médias, etc.). Nous aborderons les différentes problématiques à travers une analyse des erreurs relevées dans les exercices proposés. Le niveau de difficulté évoluera au fur et à mesure des sujets abordés.

La méthode de travail est basée sur approche pratique - l'étudiant propose une solution à la problématique donnée, puis répare ses erreurs suite à la correction.

Modalités d'évaluation :

Les corrections se font en priorité de façon individuelle afin de guider au mieux chacun des étudiants. En cours de projet, certaines corrections collégiales peuvent être mises en place lorsque les difficultés rencontrées sont collectives. L'évaluation se fait de manière continue et est donnée en classe. Elle tient compte des éléments suivants :

- évolution du travail (d'une correction à la suivante)
- assiduité et investissement dans le projet
- créativité du travail proposé
- qualité de présentation des projets.

L'ensemble des travaux est réévalué lors du jury de fin de session.

Modalités d'évaluation à distance :

Les corrections pourront être menées à distance via les canaux digitaux appropriés (mail, video call, réseaux sociaux). L'étudiant fera parvenir son travail au professeur de manière hebdomadaire sur base d'un calendrier reprenant les dates de corrections et les échéances d'évaluations. Tout manquement à cet accord sera considéré comme une absence au cours et aura une répercussion sur la note attribuée à l'étudiant pour son année.

Les épreuves (jurys) de janvier et de juin pourront, si la situation l'exige, être réalisées à distance. L'étudiant sera invité à envoyer son travail aux membres du jury qui procéderont ensuite à une évaluation de l'ensemble des travaux proposés et détermineront la note globale attribuée à l'étudiant.

Pour que la participation de l'étudiant au jury soit validée, chaque membre devra avoir reçu l'ensemble des fichiers, correctement només, à une date et heure précises. Les dates de jurys, l'ordre de passage éventuel ainsi que les heures de clôture des envois auront préalablement été communiqués aux étudiants (15 jours calendrier avant la date de l'épreuve).

Les fichiers envoyés devront respecter certaines contraintes techniques détaillées dans l'envoi reprenant les modalités de participation à l'épreuve. Tout manquement à cet accord sera considéré comme une absence au jury (épreuve non présentée). Si le travail

envoyé est incomplet ou ne respecte pas les contraintes imposées, la note de 25% sera automatiquement attribuée à l'étudiant.

La note attribuée à l'étudiant par le jury lui sera communiquée via son adresse mail officielle (*nom de l'étudiant@saintluctournai.be*). Il aura également la possibilité de contacter ses professeurs suite à l'épreuve afin d'obtenir plus de précisions sur les éléments ayant motivé sa note. Les modalités liées à cet échange avec les professeurs seront également reprises dans la note de procédure envoyée aux étudiants en prévision de l'épreuve.

Pourcentage des évaluations par rapport au total des points de l'année :

- Année 50% (25% pour le Q1 et 25% pour le Q2)
- Jury de janvier 25%
- Jury de juin 25%

Option
Publicité

Cours
Atelier Packaging

Enseignant(s)
Denis Scieur

Année
BAC 1

Crédits ECTS
5

Volume horaire
30h

Périodicité
Annuelle

Code
41Q1

Unité d'enseignement
UE 1

Langue (s)
Français

Prérequis
Néant

Corequis
Voir détail ci-après

Corequis : Pour accéder à la deuxième année, l'étudiant(e) devra également avoir obtenu la moyenne dans les cours de Concept et de Logo.

Acquis d'apprentissage spécifique

Au terme de l'année académique, l'étudiant comprendra les impératifs techniques, ergonomiques et environnementaux liés à la création d'un packaging en fonction des objectifs d'une marque et des contraintes liées à son produit.

Au terme de l'année académique, l'étudiant réalisera, sur base d'un briefing réaliste, une étude formelle, ergonomique et technique répondant aux impératifs d'une marque, de son produit et des attentes de sa cible.

Au terme de l'année académique, l'étudiant réalisera, sur base d'un briefing réaliste, une étude conceptuelle et graphique en cohérence avec l'univers d'une marque, de son produit et des caractéristiques de sa cible.

Au terme de l'année académique, l'étudiant conceptualisera et réalisera, sur base d'un briefing réaliste, une gamme complète liée à un nouveau produit.

Au terme de l'année académique, l'étudiant sera capable de décliner l'univers (conceptuel et graphique) d'un produit sur différents supports de promotion et de conceptualiser des actions de communication sur un lieu de vente dans le cadre du lancement d'un produit.

Activités d'apprentissage

L'atelier *Packaging* permettra à l'étudiant(e) de se familiariser avec l'univers du packaging ; ses objectifs, ses contraintes, son évolution, son environnement. Il permettra à l'étudiant(e) de se confronter à une approche volumétrique du graphisme en tenant compte d'un minimum de contraintes liées à la fonction du support abordé (échantillons, produits dérivés). Sur base de ces acquis, l'étudiant(e) apprendra à décliner un concept de communication en support promotionnel, packaging produit et support d'emballage. Ces exercices permettront également aux étudiants d'intégrer les compétences développées aux cours de *Concept*, de *Logo* et de *Rough*.

Programme d'apprentissage :

Seront abordés :

Les notions élémentaires liées au Packaging (impératifs techniques, approche marketing, ergonomie, contraintes d'espace & d'environnement) ;

L'étudiant abordera ensuite le packaging à travers une succession d'exercices simples :

- Approche graphique et formelle
- Approche promotionnelle / Concevoir et réalisation d'un objet promotionnel simple. Cet exercice sera mis en place en continuité de l'exercice de style demandé dans le cadre de l'atelier image.
- Approche transversale / Création de l'identité graphique d'un produit sur base d'un briefing réaliste. Dans un second temps, il s'agira de concevoir son packaging sur base de l'identité graphique développée

par l'étudiant et de certaines contraintes imposées.

Méthodes d'enseignements et d'apprentissages

Succession d'exercices intégrant la réflexion conceptuelle, la composition graphique et l'approche volumétrique.

La méthode de travail est basée sur approche pratique - l'étudiant propose une solution à la problématique donnée, puis répare ses erreurs suite à la correction.

Modalités d'évaluation

En début de projet, les corrections se font en priorité de façon individuelle afin de guider au mieux chacun des étudiants. En cours de projet, certaines corrections collégiales peuvent être mises en place lorsque les difficultés rencontrées sont collectives. L'évaluation se fait de manière continue et est donnée en classe. Elle tient compte des éléments suivants :

- Évolution du travail (d'une correction à la suivante)
- Assiduité et investissement dans le projet
- Créativité du travail proposé
- Qualité de présentation des projets.

L'ensemble des travaux est réévalué lors du jury de fin de session.

Modalités d'évaluation à distance

Les corrections pourront être menées à distance via les canaux digitaux appropriés (mail, vidéo call, réseaux sociaux). L'étudiant fera parvenir son travail au professeur de manière hebdomadaire sur base d'un calendrier reprenant les dates de corrections et les échéances d'évaluations. Tout manquement à cet accord sera considéré comme une absence au cours et aura une répercussion sur la note attribuée à l'étudiant pour son année.

Les épreuves (jurys) de janvier et de juin pourront, si la situation l'exige, être réalisées à distance. L'étudiant sera invité à envoyer son travail aux membres du jury qui procéderont ensuite à une évaluation de l'ensemble des travaux proposés et détermineront la note globale attribuée à l'étudiant.

Pour que la participation de l'étudiant au jury soit validée, chaque membre devra avoir reçu l'ensemble des fichiers, correctement nommés, à une date et heure précises. Les dates de jurys, l'ordre de passage éventuel ainsi que les heures de clôture des envois auront préalablement été communiqués aux étudiants (15 jours calendrier avant la date de l'épreuve).

Les fichiers envoyés devront respecter certaines contraintes techniques détaillées dans l'envoi reprenant les modalités de participation à l'épreuve. Tout manquement à cet accord sera considéré comme une absence au jury (épreuve non présentée). Si le travail envoyé est incomplet ou ne respecte pas les contraintes imposées, la note de 25% sera automatiquement attribuée à l'étudiant.

La note attribuée à l'étudiant par le jury lui sera communiquée via son adresse mail officielle (nom de l'étudiant@saintluctournai.be). Il aura

également la possibilité de contacter ses professeurs suite à l'épreuve afin d'obtenir plus de précisions sur les éléments ayant motivé sa note. Les modalités liées à cet échange avec les professeurs seront également reprises dans la note de procédure envoyée aux étudiants en prévision de l'épreuve.

Pourcentage des évaluations par rapport au total des points de l'année :

- Année 50% (25% pour le Q1 et 25% pour le Q2)
- Jury de janvier 25%
- Jury de juin 25%

Option
Publicité

Cours
Marketing (Gestion)

Enseignant(s)
Bruno Boulanger

Année
BAC 1

Crédits ECTS
5

Volume horaire
90h

Périodicité
Annuelle

Code
GC41

Unité d'enseignement
UE 3

Langue (s)
Français

Prérequis
/

Corequis
/

Acquis d'apprentissage spécifique

Au terme de l'année académique, l'étudiant sera capable de comprendre les enjeux du marketing et de la publicité pour un annonceur, et d'utiliser de manière adéquate chacune des composantes d'un briefing (mission créative) lors des exercices de conception publicitaire.

Activités d'apprentissage

- Définitions, rôles et influences de la publicité dans notre société.
- Organisation d'une agence de communication, rôles et fonctionnement de ses départements : Gestion, Stratégie, Marketing, Média, Création, Pré-Production, Production, Executive Designer.
- Etapes de la création publicitaire, depuis la compétition jusqu'aux post-tests.
- Les récompenses de la publicité, les concours, les grands publicitaires.
- Composantes d'un briefing, support commercial à la créativité : la marque et son historique, le produit et son positionnement, la cible et ses segmentations, le média et sa planification, la promesse et sa justification.
- Etude de l'annonceur, de la marque, de la notoriété, de l'image de marque, des types de communication, du consommateur, et des supports média.
- Apprentissage de la construction du message : l'axe de communication, le visuel, le texte, la typographie, le packshot, les problématiques de la composition (lisibilité, visibilité, accessibilité et créativité).
- Méthode d'exploration conceptuelle et stratégique : brainstorming, moodboard, point de vue, argumentation, accent ludique et procédé de rhétorique.

Méthodes d'enseignements et d'apprentissages

Cours de théories marketing, en auditoire, largement ponctué d'exemples et de démonstrations afin de parfaire la culture publicitaire (1h30 / Semaine).
Cours de techniques marketing, en groupe, constitué d'une succession d'exercices visant à développer la recherche conceptuelle et à mettre en pratique la matière vue au cours de théories marketing (1h30 / Semaine).

Modalités d'évaluation

L'évaluation des théories marketing se fait lors d'un examen écrit en Janvier (25% des points) et d'un examen oral en Juin (25% des points).

L'évaluation des techniques marketing se fait de façon continue et en classe (à raison de 25% des points par quadrimestre).

En cas de nécessité, le cours des théories marketing pourrait être adapté en distanciel et les examens de janvier et de juin transformés en remise d'un dossier.

Option
Publicité

Cours
Sciences humaines et
sociales
Communication

Enseignante
Dominique Moreau

Année
BAC 1

Crédits ECTS
3

Volume horaire
45h

Périodicité
Quadrimestrielle

Code
CO41

Unité d'enseignement
UE 6

Langue (s)
Français

Prérequis
/

Corequis
/

Acquis d'apprentissage spécifique

L'étudiant(e) :

- Comprend l'évolution des théories de la communication dans leur processus historique de développement ;
- Analyse les rapports/interactions entre images et media ;
- Analyse les procédés argumentaires du marketing impliquant la production d'images ;
- Comprend les impératifs spécifiques à la communication visuelle ;
- Décode les techniques de communication visuelles utilisées en publicité ;
- Classifie les différentes techniques publicitaires ;
- Utilise les termes spécifiques au domaine publicitaire ;
- Connaît les différentes approches de l'individu utilisées par la publicité.
- Observe, décrit, analyse et évalue un concept publicitaire, décliné dans des communications publicitaires.
- Applique les schémas d'analyse critique vus au cours ;
- Exerce son esprit critique.

Activités d'apprentissage

Activité 1 / 21 h. / Acquisition de concepts / activités de formation

- Acquisition des informations relatives au fonctionnement général de l'information et de la communication.
- Acquisition des informations relatives aux différentes techniques de communication.
- Acquisition des termes spécifiques au domaine publicitaire.
- Acquisition des différentes approches de l'individu (le prospect) utilisées par la publicité.

Activité 2 / 24 h. / Études de cas / activités de formation et d'auto-formation

- Visionnement et acquisition par l'observation, la description et l'analyse des différentes techniques publicitaires.
- Acquisition des informations relatives au concept publicitaire et à son contexte marketing et sociétal.
- Études de cas : Visionnage et acquisition par l'observation, la description et l'analyse de différents concepts publicitaires et de leur application dans des productions publicitaires.

Méthodes d'enseignements et d'apprentissages

- Cours magistral et participatif, avec projection de supports multimédias.
- Partage de questions et réflexions : l'étudiant.e est invité.e à contribuer à l'apprentissage de groupe en posant des questions précises, en pratiquant l'analyse, en commentant et en échangeant

des idées.

Modalités d'évaluation

Pondération sur 20 points :

- Épreuve écrite / 15 points
- Présence aux séances de cours / 5 points

Option

Publicité

Cours

Moyens d'expression

Dessin

Enseignant(s)

Miguel Decampos

Année

BAC 1

Crédits ECTS

4

Volume horaire

45h

Périodicité

Annuelle

Code

DC41

Unité d'enseignement

UE 2

Langue (s)

Français

Prérequis

/

Corequis

/

Acquis d'apprentissage spécifique

- Sensibiliser l'élève aux différentes formes d'écritures liées au dessin
- Exercer son geste et affirmer son trait
- Expérimenter l'usage de différents matériaux et supports
- Informer et explorer différents procédés techniques : les matériaux, les outils et la manière de faire
- S'ouvrir à la diversité des moyens dans l'expression artistique
- Acquérir un esprit de découverte dans l'expérimentation
- Développer le sens de l'observation dans le but de l'exprimer par le dessin
- Traduire une idée, une intention par le dessin
- Permettre à l'élève de développer certaines écritures afin de les exploiter dans d'autres cours.

Activités d'apprentissage

Dessin

- Formes : gestuel, aveugle, mesuré, dynamique, ...
- Écritures : trait, contour, plein/délié, aplat, ...
- Techniques : crayon, feutre, Bic, pinceau, plume, végétaux...
- Sujets : modèle vivant scénographié et accessoirisé

Méthodes d'enseignements et d'apprentissages

- Explication collective
- Analyse individuelle et collective

Modalités d'évaluation

Durant l'année scolaire, l'élève réalise ses travaux de dessin dans un format et une technique préalablement définie. Toutes les 2 semaines, il doit répondre à un exercice différent.

Evaluation individuelle : Après la présentation collective de l'exercice, une analyse est effectuée individuellement (commentaires, orientation sur la manière de faire, appréciation de l'écriture,)

Evaluation collective : A la fin de la séance, je procède à une évaluation collective (analyse des travaux, questions, commentaires, critiques, ...)

Rythme des cotations : Deux fois par an c-à-d avant chaque période de jury, l'ensemble des dessins est présenté. Les dessins sont appréciés selon les critères suivants :

- Évolution du dessin
- Qualité du dessin
- Respect du sujet demandé
- Diversité dans l'écriture
- Sensibilité dans l'écriture
- Application des techniques souhaitées

Option
Publicité

Cours
Histoire et Actualités Des
Arts
Compléments d'Histoire De
l'art et Arts Extra-Européens

Enseignant(s)
Magali Vangilbergen

Année
BAC 1

Crédits ECTS
3

Volume horaire
45h

Périodicité
Quadrimestrielle

Code
HC41

Unité d'enseignement
UE 4B

Langue (s)
Français

Prérequis
/

Corequis
/

Acquis d'apprentissage spécifique

Au terme du cours d'Histoire et actualités des arts – Compléments d'Histoire de l'art et arts extra-européens, l'étudiant :

- Définit les modes de représentation et d'exécution inhérents aux arts premiers
- Identifie la dimension esthétique et fonctionnelle, matérielle et immatérielle des productions issues des arts premiers
- S'interroge sur les éléments qui construisent notre goût et nos pratiques culturelles
- Replaces une œuvre dans son contexte historique et géographique de production
- Développe une démarche critique et son sens de l'analyse
- Adopte la terminologie adéquate à la description des œuvres étudiées.

Activités d'apprentissage

Les arts extra-européens :

- Introduction
- Afrique
- Amérique du Nord
- Mésoamérique
- Amérique du Sud
- Océanie
- Asie

Ouverture à l'art contemporain : Conférences JAP (Jeunesse et Arts plastiques), débats, vidéo

Actualité culturelle : en fonction des expositions en cours

Méthodes d'enseignements et d'apprentissages

- Cours magistral sous forme d'exposés qui prennent principalement appui sur des documents iconographiques
- Projection de documentaires analysés et remis dans leurs contextes
- Lectures imposées par le professeur

Modalités d'évaluation

Evaluation sur base d'un examen écrit en juin