

## RÉFÉRENTIEL DE COMPÉTENCES

CODE ARES	1832
Date dépôt / modification	04/10/2021
Date validation	14/12/2021

### BACHELIER DE SPÉCIALISATION EN ARTS PLASTIQUES, VISUELS ET DE L'ESPACE : PUBLICITÉ - CONCEPTION - RÉDACTION

FINALITÉ	N.A.	NIVEAU (du Cadre des Certifications)	6
SECTEUR	4. Art	DOMAINE D'ÉTUDES	22. Arts plastiques, visuels et de l'espace
TYPE	COURT	CYCLE	PREMIER
LANGUE (majoritaire)	FRANÇAIS	CRÉDITS	60

#### A. SPÉCIFICITÉ DE LA FORME D'ENSEIGNEMENT

L'enseignement artistique dispensé dans l'enseignement supérieur se doit d'être un lieu multidisciplinaire de recherche et de création dans lesquels les arts et leur enseignement s'inventent de manière indissociable. Les arts qui s'y développent sont non seulement envisagés comme productions sociales mais également comme agents sociaux qui participent à la connaissance, à l'évolution et à la transformation de la société. En prise sur les leçons des arts passés et contemporains, sur la pensée et les sciences, l'enseignement de l'art est prospectif, il stimule l'ouverture au futur, à l'inédit.

L'enseignement artistique dispensé dans l'enseignement supérieur participe à l'élaboration d'une pensée des arts et à la constitution critique d'un ensemble des connaissances de pratiques et d'attitudes qui définissent les disciplines artistiques et les possibilités de leurs rencontres.

La recherche artistique exige des étudiants la mise en œuvre critique des savoirs acquis et en cours d'acquisition, relatifs à une pensée des arts, à une pratique, à une histoire et à une situation culturelle et sociale.

L'enseignement des arts place l'étudiant en situation de développer une autonomie créatrice et d'élaborer la singularité d'une démarche sans négliger sa responsabilité sociale. Il assure au niveau académique le plus élevé l'acquisition de méthodologie et d'aptitudes dans le champ du savoir. Il transmet les connaissances théoriques, techniques et la formation pratique indispensables à la synthèse artistique et à la reconnaissance de la compétence.

L'enseignement des arts renforce la dimension internationale des pratiques et des recherches par la mise en place d'initiatives et de programmes en collaboration avec les institutions d'autres pays en favorisant la mobilité et l'échange d'enseignants et d'étudiants à tous les niveaux des structures.

L'enseignement des arts prépare l'étudiant, par une étude concertée des fonctions dévolues à l'art et à l'artiste, à son rôle de citoyen qui intervient activement en tant qu'artiste dans la société. Il prépare en outre à l'enseignement des disciplines artistiques, à l'action culturelle, à l'activité professionnelle et à l'exercice des techniques de la création artistique.

L'enseignement des arts associe des professionnels praticiens et des chercheurs à la formation artistique et favorise l'implication active des enseignants dans la pratique de leurs disciplines.

*(Source : Article 3 du décret du 17 mai 1999 relatif à l'enseignement supérieur artistique)*

## **B. SPÉCIFICITÉ DE LA FORMATION**

### **Objectifs généraux de la formation**

C'est principalement le travail de rédaction publicitaire qui sera développé durant cette année de spécialisation. Le but n'est pas d'apprendre aux étudiants à concevoir des campagnes de publicité, mais plutôt à en maîtriser les aspects liés à la rédaction et à mesurer l'impact psychologique des messages.

Le bachelier de spécialisation en APVE « Publicité – conception - rédaction » aura comme objectif central de donner aux étudiants la capacité de créer, rédiger et mettre en récit des objets de communication dont ils maîtriseront progressivement les outils et techniques propres à l'argumentation et à la communication.

Cet enseignement cherchera à stimuler leur créativité, développer leurs qualités rédactionnelles et intensifier leur capacité à traduire le réel en récits, tout en veillant à les rendre conscients de leur responsabilité sociétale et soucieux des enjeux éthiques de notre époque.

### **Enjeux sociétaux**

Ils consistent à donner ou restaurer la confiance chez l'étudiant en ses capacités à l'écrit : oser écrire, structurer et partager sa pensée contribue au développement personnel et à l'insertion professionnelle.

La rédaction publicitaire est l'acte ou l'occupation d'écrire un texte à des fins de publicité, d'action humanitaire, de communication institutionnelle ou d'autres formes de marketing. Le produit, appelé copie, est un contenu écrit qui vise à accroître la notoriété de la marque, du service ou de l'action « politique ».

### **Profil type des diplômés à l'issue de la formation**

C'est une personne qui possède une réelle faculté à traduire à l'écrit le concept (le message).

Les jeunes diplômés, avides de stratégie et de marketing, seront aptes à jongler avec les concepts et les idées, à mettre en récit des scripts, à adapter en français le contenu rédactionnel (anglais) de campagnes internationales, à comprendre et produire de l'écrit pour les réseaux sociaux ou autres formats digitaux.

### **Utilité sociale de la formation**

Il s'agit de combler les postes vacants identifiés par les professionnels et le métier : actuellement l'écrit s'avère déficitaire face à la culture de l'image.

Indépendamment des étudiants porteurs d'un titre de bachelier du domaine APVE ou apparenté, cette spécialisation sera aussi accessible à des adultes en reprise de formation et porteurs d'un titre équivalent ou d'une valorisation des acquis de l'expérience.

Ce cursus pourrait aussi attirer des publics issus d'autres régions que la FWB et soucieux de trouver une formation sous-représentée sur le territoire de la francophonie.

### **Rôles et responsabilités dans la vie sociale et professionnelle**

Les diplômés œuvreront dans un contexte où la part de l'écriture et la narration prend toujours davantage d'importance dans la communication au travers des médias existants et émergents (imprimés, web, créations sonores, images animées...). Ces nouvelles écritures exigent des compétences spécifiques qu'ils détiendront : réactivité, capacité d'adaptation, maîtrise du vocabulaire et des publics micro-ciblés...

Ils auront pour lieux d'activités principaux les agences de publicité ou les entreprises disposant d'une cellule de communication : ils se révéleront être des créateurs de contenus originaux, des collaborateurs audacieux, et des rédacteurs à la culture publicitaire, philosophique et psychologique indéniable.

Ils se devront de relever non seulement les défis rédactionnels et numériques propres au métier mais aussi les enjeux éthiques, écologiques et citoyens d'une société en perpétuelle mutation.

### **Professions auxquelles la formation donne accès**

- » concepteurs-rédacteurs (francophones) au sein des milieux publicitaire, culturel, associatif...
- » les nouveaux métiers spécifiques à la communication digitale (Community Manager, Publi-reportage, Podcasting, etc...).

### **C. COMPÉTENCES VISÉES PAR LA FORMATION**

Le grade de **bachelier de spécialisation en arts plastiques, visuels et de l'espace : publicité - conception - rédaction** est décerné aux étudiants 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 ;
8. valident leurs acquis d'apprentissage professionnels dans le domaine spécifique de la conception-rédaction ;
9. élaborent des récits grâce à la maîtrise des techniques de présentation, de création textuelle et narrative dans le domaine spécifique de la communication.