

**Option**  
Publicité

**Cours**  
Arts numériques/Réseaux

**Enseignant(s)**  
Juliette Debruxelles

**Année**  
Spécialisation  
Conception/rédaction

**Crédits ECTS**  
3

**Volume horaire**  
h

**Périodicité**  
Annuelle

**Code**

**Unité d'enseignement**  
UE3

**Langue (s)**  
Français

**Prérequis**  
/

**Corequis**  
/

### **Acquis d'apprentissage spécifique**

À l'issue de l'année académique, l'étudiant-e sera en mesure de rédiger des contenus commerciaux créatifs adaptés à une diffusion via des canaux digitaux (short copy digital, long copy digital, Social Media copy). Ceci dans le respect du Tone of Voice (TOV), des spécifications techniques, des templates et des guidelines propres à chaque marque ou secteur d'activité.

Outre les aspects purement rédactionnels, la compréhension d'un briefing, l'identification des éléments d'intérêts (informations essentielles, WIIFM) et l'introduction de keywords SEO à des fins de référencement seront acquis.

L'étudiant-e disposera également de clés pour employer à bon escient l'écriture inclusive ou épïcène tout en veillant à la lisibilité de ses contenus.

### **Activités d'apprentissage**

- Théorie relative à la rédaction qualifiée de « digitale » : champ d'application, principes fondamentaux, best practices, TOV, spécifications techniques et guidelines rédactionnelles, SEO, écriture inclusive.
- Exercices de copywriting et de storytelling individuels et collectifs. Rédaction de contenus pour différents supports digitaux dans le cadre d'une campagne fictive.

### **Méthodes d'enseignements et d'apprentissages**

Théorie illustrée et case studies, exercices et workshops participatifs.

### **Modalités d'évaluation**

L'étudiant-e est encouragé-e et guidé-e de façon continue en classe, durant les travaux de rédaction et les corrections. Il ou elle reçoit une évaluation individuelle qui lui permet de renforcer ses aptitudes, de compléter ses acquis et d'interroger sa pratique rédactionnelle digitale pour la mettre pleinement au service de marques, de projets ou d'institutions.

Les éléments pris en compte dans le cadre de l'évaluation sont : le respect du briefing, du TOV, du template et des guidelines, la clarté de l'information essentielle rédigée, le WIIFM, la structure de l'information délivrée, l'orthographe et la syntaxe, le style et l'investissement personnel. Un bilan est dressé lors des évaluations de décembre et de juin.

**Option**  
Publicité

**Cours**  
TFE/Stages

**Enseignant(s)**  
Julien Favier

**Année**  
Spécialisation  
Conception/rédaction

**Crédits ECTS**  
8

**Volume horaire**  
h

**Périodicité**  
Quadrimestrielle

**Code**

**Unité d'enseignement**  
UE5

**Langue (s)**  
Français

**Prérequis**  
/

**Corequis**  
/

### Acquis d'apprentissage spécifique

Au cours de l'année académique, l'étudiant(e) sera capable :

- De mettre en avant son travail, son expérience et ses spécificités et de l'adapter en fonction du profil d'agence sollicitée.
- De contacter et d'obtenir un entretien auprès d'agences de communication ou autres organismes en lien avec la spécialisation de Conception/rédaction.
- De défendre son book auprès des agences grâce à un argumentaire construit et adapté aux attentes du métier.
- D'obtenir et réaliser avec sérieux un stage d'une durée de deux mois au moins

### Activités d'apprentissage

Avant la signature de la convention de stage nous définirons les objectifs du stage, nous travaillerons à la mise en valeur des qualités de l'étudiant(e), nous travaillerons à l'élaboration d'un dossier de candidature/book professionnel adapté aux attentes des agences et en cohérence avec le profil de l'étudiant(e).

A la fin du stage nous débrieférons avec l'étudiant(e) afin de s'assurer du bon déroulement du stage auprès des différents interlocuteurs (stagiaire et tuteur de l'organisme), nous analyserons avec l'étudiant(e) les différentes expériences et missions réalisées durant le stage afin de vérifier les acquisitions faites par le ou la stagiaire.

### Méthodes d'enseignements et d'apprentissages

Seront abordés :

- Le démarchage auprès d'organisme de communication (présentation, motivation...)
- L'importance de connaître l'organisme visé afin d'être en cohérence avec ses attentes.
- La construction d'un argumentaire créatif et l'importance de la pertinence du discours.
- Le comportement professionnel attendu en agence (pro-activité, esprit d'ouverture, réaction à la critique).

Suivi de stage : Durant la période de stage, une visite individuelle ou un entretien par visioconférence sera effectuée afin de s'assurer du bon déroulement des choses. Cette visite permettra d'une part à l'étudiant(e) de se sentir soutenu(e) pendant cette expérience professionnelle relativement intense, et d'autre part, au corps professoral de mesurer la qualité de sa formation après une entrevue avec les maîtres de stages

### **Modalités d'évaluation**

Les évaluations sont effectuées sur base de :

Avant le stage :

- L'implication dans la création du book
- La pertinence du discours de défense des créations
- La recherche et le suivi de recherche du stage.
- L'obtention d'un stage selon des impératifs imposés.

Après le stage :

L'étudiant doit rédiger et produire un rapport de stage (version imprimée ou vidéo). L'évaluation de ce rapport de stage est effectuée sur base de critères précis.

- Présentation
- Qualité rédactionnelle
- Documentation et explicatifs
- Pertinence de la réflexion globale et des conclusions
- Qualité des créations produites lors du stage
- Respect du délai de production du rapport de stage

**Option**  
Publicité

**Cours**  
Ecriture/Rédaction  
publicitaire « Print médias  
traditionnels »

**Enseignant(s)**  
Virginie Lepère

**Année**  
Spécialisation  
Conception/rédaction

**Crédits ECTS**  
3

**Volume horaire**  
25h

**Périodicité**  
Annuelle

**Code**  
?

**Unité d'enseignement**  
UE3

**Langue (s)**  
Français

**Prérequis**  
/

**Corequis**  
/

### Acquis d'apprentissage spécifique

Au terme de l'année de Master, l'étudiant aura approfondi les compétences en rédaction et conception publicitaire pour les médias imprimés (affichage, presse, mailings, PLV...) Il sera prêt à répondre de façon professionnelle et créative à tout briefing donné par une agence de communication.

Il sera capable de:

- créer des accroches claires, impactantes et pertinentes
- rédiger une bodycopy compréhensive et dans la tonalité juste
- s'appuyer sur des insights forts pour élaborer des campagnes
- écrire un baseline de marque ou de campagne et un manifesto
- adapter en français une communication conçue en néerlandais
- rechercher des noms
- présenter et synthétiser ses idées, argumenter ses partis-pris.

### Activités d'apprentissage

L'apprentissage consiste en la conception et la rédaction poussée d'annonces ou de campagnes tous médias imprimés, l'écriture de baselines et de manifestos, la recherche de noms et l'adaptation en français de campagnes en néerlandais.

Ceci à travers divers types de produits, marques ou sujets.

### Méthodes d'enseignements et d'apprentissages

L'apprentissage se fait en atelier, seul ou à plusieurs, à partir de briefings issus de situations professionnelles réelles.

Les corrections guident l'étudiant dans l'optimisation des concepts (pertinence et créativité) et des structures narratives de bodycopy. Elles stimulent sa capacité d'auto-évaluation, sa créativité et sa personnalité.

### Modalités d'évaluation

L'étudiant est évalué en fonction de sa façon d'appréhender un briefing, de la créativité et de la pertinence de ses réponses, de son orthographe, de son investissement et de son évolution personnelle.

L'évaluation se fait individuellement au moment des évaluations de janvier et de juin.

**Option**  
Publicité

**Cours**  
Ecriture/Rédaction  
publicitaire « Print  
présentations »

**Enseignant(s)**  
Virginie Lepère

**Année**  
Spécialisation  
Conception/rédaction

**Crédits ECTS**  
3

**Volume horaire**  
25h

**Périodicité**  
Annuelle

**Code ?**

**Unité d'enseignement**  
UE3

**Langue (s)**  
Français

**Prérequis**  
/

**Corequis**  
/

### **Acquis d'apprentissage spécifique**

Au terme de l'année de Master, l'étudiant aura acquis les compétences pour présenter de façon convaincante ses travaux personnels (son dossier), des idées, concepts ou campagnes à un directeur de création ou à un annonceur. Il sera prêt à exposer clairement et défendre oralement ses partis-pris.  
Il sera capable d'écrire un concept-board ou un case-film de campagne.

### **Activités d'apprentissage**

L'apprentissage consiste en l'élaboration d'une structure de présentation, de sa rédaction et de sa réalisation dans le but d'exposer et de défendre des pistes créatives, des concepts ou des campagnes auprès de directeurs de création, d'annonceurs, de jury créatif ou de la presse.  
Sa présentation orale.  
La réalisation de concepts-board et de script de case-film.

### **Méthodes d'enseignements et d'apprentissages**

L'apprentissage se fait en atelier, avec des sessions d'inspiration montrant des exemples concrets, suivies de travaux pratiques et de présentations orales entre étudiants.  
Des outils sont expliqués pour enrichir ou personnaliser la façon de (se) présenter.  
La collaboration avec d'autres cours est recherchée: le sujet d'une présentation, d'un case-board ou d'un case film peut venir d'un travail effectué dans un autre cours de Master 4.  
Les corrections individuelles aident l'étudiant à optimiser fil narratif et attractivité.

### **Modalités d'évaluation**

L'étudiant est évalué en fonction de la qualité de ses présentations, de sa faculté à les animer, de son investissement et de son évolution personnelle.  
L'évaluation se fait individuellement au moment des évaluations de janvier et de juin.

**Option**  
Publicité

**Cours**  
Atelier conception-  
rédaction/Ecriture et mise en  
récit

**Enseignant(s)**  
Philippe Lepinois

**Année**  
Spécialisation  
Conception/rédaction

**Crédits ECTS**  
3

**Volume horaire**  
h

**Périodicité**  
Annuelle

**Code**

**Unité d'enseignement**  
UE1

**Langue (s)**  
Français

**Prérequis**  
/

**Corequis**  
/

### Acquis d'apprentissage spécifique

- Être en mesure de déconstruire et analyser un récit.
- Identifier et comprendre les schémas narratifs sous-jacents à différents types de récit.
- Imaginer, créer et planifier un récit à partir d'éléments réels et fictifs.
- Explorer, tester, évaluer différents modes de narration et types de narrateur afin d'en appréhender les effets et les contraintes.
- Maîtriser la mise en récit de situations connues afin de rendre compte du réel.
- Création de situations fictionnelles qui traduisent la réalité dans dimension symbolique.
- Être capable d'autocritique et accepter la critique en comprenant qu'elle s'adresse au travail narratif et non à la personne.

### Activités d'apprentissage

Les activités d'apprentissage sont axées sur la pratique de l'écriture et de la narration.

- Histoire très courtes (pitch, amorces de récits...);
- Création et développement de personnages ;
- Analyse des schémas narratifs ;
- Analyse des modes de narration (types de narrateur, points de vue...);
- Analyse de différents styles et genres littéraires ;
- Création d'histoires à partir de sujets variés (personnage, situation, tableau, événement historique...).

### Méthodes d'enseignements et d'apprentissages

Les exercices, à la complexité progressive, ont pour but d'enrichir la trousse à outils constituée de schémas, d'éléments de surprise, de modes de narration et de qualités stylistiques des étudiant.e.s. Et ce, afin de leur donner des clés pour imaginer, développer et rédiger leurs histoires.

### Modalités d'évaluation

Évaluation continue sur la base des exercices présentés lors de séances de cours et qui supposent un travail supplémentaire à domicile pour les étudiant.e.s.

L'évaluation de l'activité portera sur la qualité des récits élaborés par l'étudiant ainsi que sur le contrôle des apprentissages liés aux étapes d'élaboration.

À chaque fin de quadrimestre, les étudiants doivent remettre un document récapitulatif sur lequel figurent les différents textes demandés, en tenant compte des suggestions et commentaires faits lors de la relecture et la correction de chaque exercice.

**Option**  
Publicité

**Cours**  
Ecriture/Cinéma

**Enseignant(s)**  
Benoit Menetret

**Année**  
Spécialisation  
Conception/rédaction

**Crédits ECTS**  
3

**Volume horaire**  
25h

**Périodicité**  
Annuelle

**Code**  
UE2

**Unité d'enseignement**

**Langue (s)**  
Français

**Prérequis**  
/

**Corequis**  
/

### **Acquis d'apprentissage spécifique**

L'élève est capable d'apporter une réponse créative et originale aux différents briefings et exercices.

Il fait preuve d'autonomie créative, il évalue son travail et sélectionne les pistes à potentiel. L'élève propose un minimum de 3 axes à chaque review créative.

Il sait synthétiser son idée, rédiger un script télé/cinéma qui respecte le format imposé (timing) et qui répond aux impératifs et aux objectifs du briefing.

L'élève est capable de réfléchir en termes d'Insights, afin de développer des axes pertinents, créatifs et originaux.

Il sait préparer les intentions de réalisation en vue du tournage des spots et de leur présentation à un réalisateur.

### **Activités d'apprentissage**

Analyse de scripts et de spots télé/cinéma créatifs.

Rédaction de scripts à partir de spots existants.

Conception-rédaction de spots télé/cinéma à partir de briefings s'inspirant de la réalité du métier. Ces campagnes feront la promotion de produits de consommation courante, de services commerciaux ou de messages culturels/humanitaires.

Préparation des intentions de réalisation des spots télé/cinéma créés par les élèves en vue de la présentation à un réalisateur.

### **Méthodes d'enseignements et d'apprentissages**

Travail et corrections dans un esprit d'atelier.

Tout exercice de conception est précédé d'un travail d'analyse de campagnes télé/cinéma existantes, destiné soutenir la recherche des élèves.

Durant les corrections, l'élève est encouragé à pousser et optimiser ses idées, il développe également sa capacité à juger son propre travail. Afin qu'il apprenne à vendre et à défendre ses idées, une grande importance est accordée à la façon dont l'élève présente son travail.

### **Modalités d'évaluation**

L'étudiant est évalué en fonction de la pertinence de ses travaux, de sa créativité, son assiduité, son investissement et son évolution personnelle. L'élève est évalué de façon individuelle, afin de l'orienter et de l'inspirer, tout en encourageant son autocritique.

L'évaluation est continue pendant les cours et les corrections. Le travail de l'élève est également évalué pendant les jurys, 2 fois par an.

**Option**  
Publicité

**Cours**  
Ecriture/Radio

**Enseignant(s)**  
Benoit Menetret

**Année**  
Spécialisation  
Conception/rédaction

**Crédits ECTS**  
3

**Volume horaire**  
25h

**Périodicité**  
Annuelle

**Code**  
UE2

**Unité d'enseignement**

**Langue (s)**  
Français

**Prérequis**  
/

**Corequis**  
/

### **Acquis d'apprentissage spécifique**

L'élève est capable d'apporter une réponse créative et originale aux différents briefings et exercices, qu'il s'agisse de campagnes radio, de spots isolés ou de podcasts.

Il fait preuve d'autonomie créative, il évalue son travail et sélectionne les pistes à potentiel. L'élève propose un minimum de 3 axes à chaque review créative.

Il sait synthétiser son idée, rédiger un spot radio qui respecte le format imposé (timing) et qui répond aux impératifs et aux objectifs du briefing. L'élève est capable de réfléchir en termes d'Insights, afin de développer des axes pertinents, créatifs et originaux.

Il sait préparer les intentions de réalisation en vue de l'enregistrement des spots en studio son.

### **Activités d'apprentissage**

Écoute et analyse de campagnes radio créatives.

Prolongations de campagnes radio existantes.

Conception-rédaction de campagnes radio à partir de briefings s'inspirant de la réalité du métier. Ces campagnes feront la promotion de produits de consommation courante, de services commerciaux ou de messages culturels/humanitaires.

Préparation des intentions de réalisation des spots créés par les élèves (casting, ambiance sonore, tone of voice, intentions musicales...) en vue de leur enregistrement en studio.

### **Méthodes d'enseignements et d'apprentissages**

Travail et corrections dans un esprit d'atelier.

Tout exercice de conception est précédé d'un travail d'analyse de campagnes radio existantes, destiné soutenir la recherche des élèves.

Durant les corrections, l'élève est encouragé à pousser et optimiser ses idées, il développe également sa capacité à juger son propre travail.

Afin qu'il apprenne à vendre et à défendre ses idées, une grande importance est accordée à la façon dont l'élève présente son travail.

### **Modalités d'évaluation**

L'étudiant est évalué en fonction de la pertinence de ses travaux, de sa créativité, son assiduité, son investissement et son évolution personnelle.

L'élève est évalué de façon individuelle, afin de l'orienter et de l'inspirer, tout en encourageant son autocritique.

L'évaluation est continue pendant les cours et les corrections. Le travail de l'élève est également évalué pendant les jurys, 2 fois par an.

**Option**  
Publicité

**Cours**  
Techniques et  
technologies/Son

**Enseignant(s)**  
Benoit Menetret

**Année**  
Spécialisation  
Conception/rédaction

**Crédits ECTS**  
3

**Volume horaire**  
25h

**Périodicité**  
Annuelle

**Code**  
UE2

**Unité d'enseignement**

**Langue (s)**  
Français

**Prérequis**  
/

**Corequis**  
/

### **Acquis d'apprentissage spécifique**

L'élève est capable d'enregistrer et de monter une maquette de ses spots en autonomie, grâce à la maîtrise du matériel et des logiciels de studio. Il peut également réaliser un travail abouti (spot radio, campagne, podcast), en dirigeant des comédiens professionnels, grâce au soutien d'un ingénieur du son.

Il fait preuve d'autonomie, il évalue son travail et sélectionne les spots à potentiel.

### **Activités d'apprentissage**

Sessions pratiques en studio son avec l'intervention de spécialistes extérieurs (technicien, musicien, ingénieur du son spécialisé dans la réalisation de spots radio et de podcasts, etc...).

Apprentissage lors de sessions studio sur base des scripts conçus et rédigés par les élèves durant le cours d'Écriture / Radio.

### **Méthodes d'enseignements et d'apprentissages**

Travail et corrections dans un esprit d'atelier.

Tout exercice de réalisation est précédé d'un travail d'analyse de campagnes radio existantes, destiné soutenir la recherche des élèves.

Durant les corrections, l'élève est encouragé à pousser et optimiser ses idées de réalisation, il développe également sa capacité à juger son propre travail.

Afin qu'il apprenne à vendre et à défendre ses idées, une grande importance est accordée à la façon dont l'élève présente son travail.

### **Modalités d'évaluation**

L'étudiant est évalué en fonction de la pertinence de ses travaux, de sa créativité, son assiduité, son investissement et son évolution personnelle.

L'élève est évalué de façon individuelle, afin de l'orienter et de l'inspirer, tout en encourageant son autocritique.

L'évaluation est continue pendant les cours et les corrections. Le travail de l'élève est également évalué pendant les jurys, 2 fois par an.

**Option**  
Publicité

**Cours**  
Atelier conception-  
rédaction/Concept et  
rédaction

**Enseignant(s)**  
Paul Moriau  
Benoit Menetret

**Année**  
Spécialisation  
Conception/rédaction

**Crédits ECTS**  
15

**Volume horaire**  
150h

**Périodicité**  
Annuelle

**Code**

**Unité d'enseignement**  
UE1

**Langue (s)**  
Français

**Prérequis**  
/

**Corequis**  
/

### **Acquis d'apprentissage spécifique**

L'élève est capable d'apporter une réponse (rédactionnelle, mais aussi conceptuelle) créative et originale aux différents briefings orientés "copy". Il décline un concept créatif dans les médias qui lui sont imposés (annonce/affiche/TVC/radio/social media) en privilégiant l'aspect rédactionnel.

Il fait preuve d'autonomie créative et stratégique, il évalue son travail et sélectionne les pistes à potentiel. L'élève propose un minimum de 3 axes à chaque review créative.

Il sait synthétiser son idée, rédiger un headline clair et concis, une ligne de campagne et une bodycopy.

La direction artistique est réfléchie et sert le message (avec le support du professeur de direction artistique dans ce même atelier). La réalisation est préparée et soignée.

L'élève est capable de réfléchir en termes d'Insights, afin de développer des axes pertinents, créatifs et originaux.

### **Activités d'apprentissage**

Création et réalisation de campagnes plurimédia orientées copywriting, où les mots auront plus d'importance que les images, même si celles-ci ne sont pas à proscrire. Ces campagnes feront la promotion de produits de consommation courante, de services commerciaux ou de messages culturels/humanitaires.

Conception et réalisation d'annonces print et d'affichage.

Et/ou conception et rédaction de scripts de spots radio (en complémentarité avec cours d'écriture/radio et de Techniques et technologies/son).

Et/ou conception et rédaction de scripts de spots TV/cinéma (en complémentarité avec cours d'écriture/cinéma).

### **Méthodes d'enseignements et d'apprentissages**

Travail et corrections en atelier.

Tout exercice de conception est précédé d'un travail d'analyse de campagnes existantes, destiné soutenir la recherche des élèves.

Durant les corrections, l'élève est encouragé à pousser et optimiser ses idées, il développe également sa capacité à juger son propre travail.

Des sessions "conditions d'agence" sont organisées : travail plus autonome, délais plus courts, etc.

Afin qu'il apprenne à vendre et à défendre ses idées, une grande importance est accordée à la façon dont l'élève présente son travail.

### **Modalités d'évaluation**

L'étudiant est évalué en fonction de la pertinence de ses travaux, de sa créativité, son assiduité, son investissement et son évolution personnelle. L'élève est évalué de façon individuelle, afin de l'orienter et de l'inspirer, tout en encourageant son autocritique. L'évaluation est continue pendant les cours et les corrections. Le travail de l'élève est également évalué pendant les jurys, 2 fois par an.

**Option**  
Publicité

**Cours**  
Langue-Anglais technique

**Enseignant(s)**  
Floriane Risselin

**Année**  
Spécialisation  
Conception/rédaction

**Crédits ECTS**  
2

**Volume horaire**  
25h

**Périodicité**  
Annuelle

**Code**  
UE1

**Unité d'enseignement**

**Langue (s)**  
Anglais

**Prérequis**  
/

**Corequis**  
/

### Acquis d'apprentissage spécifique

- Au terme de la 4<sup>e</sup> année, l'étudiant est capable de s'exprimer de manière claire et professionnelle en langue anglaise – niveau (B2)/C1/C2
- Il sait donner une présentation en langue anglaise devant un public
- Il fait preuve d'autonomie en ce qui concerne les règles de grammaire et l'apprentissage du vocabulaire technique

### Activités d'apprentissage

L'apprentissage consiste en :

- L'analyse de textes, de slogans et d'autres contenus rédactionnels en langue anglaise
- Une présentation sur un thème non imposé en langue anglaise
- Des résumés de textes (différents niveaux/difficultés)
- Des compréhensions à l'audition
- La rédaction de textes en anglais sur différents sujets liés à leur formation
- L'analyse de traductions réalisées en français
- L'apprentissage du vocabulaire technique lié à leur formation

### Méthodes d'enseignements et d'apprentissages

Les compétences d'expression écrite et orale sont particulièrement développées :

- Les étudiants rédigent, après chaque cours, différents textes en langue anglaise. Des corrections ou des propositions d'améliorations individuelles leur sont envoyées afin de guider au mieux chacun d'entre eux.
- Les étudiants sont encouragés à s'exprimer oralement en langue anglaise, sur différents sujets liés à leur formation durant chaque cours
- Les étudiants seront encouragés à écouter des supports audios en anglais afin d'améliorer leur compréhension, à s'informer dans les journaux de langue anglaise

### Modalités d'évaluation

- L'étudiant est évalué en fonction de son assiduité, de son investissement et de son évolution personnelle
- L'évaluation est continue pendant les cours et les corrections
- L'orthographe, la grammaire, la syntaxe, la cohérence, ... sont évaluées dans chaque texte, conversation, partage d'idées, ...
- Un bilan est effectué lors des évaluations de janvier et de juin

**Option**  
Publicité

**Cours**  
TFE/Méthodologie de la  
recherche

**Enseignant(s)**  
Fabrice Sabatier

**Année**  
Spécialisation  
conception/rédaction

**Crédits ECTS**  
8

**Volume horaire**

**Périodicité**  
Quadrimestrielle

**Code**

**Unité d'enseignement**  
UE5

**Langue (s)**  
Français

**Prérequis**  
/

**Corequis**  
/

### **Acquis d'apprentissage spécifiques**

- Savoir tisser des liens entre différentes formes de connaissances et de savoirs (théoriques, critiques, sensibles) ;
- Faire émerger des questionnements qui prennent racines dans le stage et le TFE artistique, les nourrir par de la documentation et des méthodes de recherche ;
- Acquérir une capacité critique par rapport à son travail et aux ressources extérieures ;
- Distinguer les différents types de sources, les citer correctement et construire une bibliographie cohérente ;
- Construire un discours écrit structuré témoignant d'une capacité d'analyse et de synthèse ;
- Développer une autonomie et une méthode de travail personnelle.

### **Activités d'apprentissages**

- L'étudiant-e choisit un sujet qui trouve son origine dans une thématique de stage et/ou du travail de fin d'étude artistique ;
- Il ou elle effectue des recherches documentaires pour nourrir sa réflexion et mettre en perspective sa pratique par rapport à ses références ;
- Il ou elle cadre ses intentions et structure son raisonnement à travers des exercices d'écriture.
- Il ou elle rédige un rapport écrit témoignant de ses recherches et de la façon dont celles-ci nourrissent sa pratique artistique et faisant preuve d'un recul critique par rapport à son travail.

### **Méthodes d'enseignement et d'apprentissage**

Le cours alterne :

- Des apports théoriques et méthodologiques permettant aux étudiant-es de saisir les enjeux du rapport écrit et la démarche à suivre pour rendre compte d'une pensée structurée ;
- Des exercices, graphiques et d'écriture permettant aux étudiant-es de cerner leurs intentions, de délimiter progressivement leur sujet, de rassembler de la documentation et d'en extraire des questions, des enjeux et des réflexions ;
- Des discussions individuelles ou en petits groupes afin d'accompagner l'ensemble du processus (du choix du sujet à la rédaction).

### **Modalités d'évaluation**

Parmi les critères du rapport écrit :

- choisir et délimiter un sujet qui dialogue avec sa pratique et en offre une lecture singulière ;
- mener des recherches, trouver des ressources pertinentes, saisir les informations et les idées et les mettre en relation avec son travail ;
- faire preuve de distance critique vis-à-vis des ressources utilisées et de son propre travail ;
- contextualiser son projet et son regard ;
- structurer sa pensée et articuler des arguments par écrit de façon fluide et lisible.

**Option**  
Publicité

**Cours**  
Philosophie

**Enseignant(s)**  
Élise Tourte

**Année**  
Spécialisation  
Conception/rédaction

**Crédits ECTS**  
2

**Volume horaire**  
15h

**Périodicité**  
Quadrimestrielle

**Code**

**Unité d'enseignement**  
UE4

**Langue (s)**  
Français

**Prérequis**  
/

**Corequis**  
/

### **Acquis d'apprentissage spécifique**

Au terme du module, l'étudiant/e devrait être en mesure d'employer des outils d'analyse philosophique pour aborder différents supports iconographiques ou textuels.

Il/elle devrait être familiarisé/e avec ces habiletés intellectuelles : conceptualiser, argumenter, problématiser et interpréter.

### **Activités d'apprentissage**

- Séance d'introduction à la cartographie mentale
- Discussions à visée philosophique
- Présentation d'outils d'analyse spécifiques
- Travail de distinction et de mise en lien entre les concepts publicitaires et les concepts philosophiques

### **Méthodes d'enseignements et d'apprentissages**

Approche collective de la philosophie et d'objets de pensée singuliers (travail par notions-clefs).

Lecture collective de textes d'idées.

Tour de la question, échanges et mises en perspective.

### **Modalités d'évaluation**

Évaluation sommative : analyse guidée d'un texte d'idées.

**Option**  
Publicité

**Cours**  
Sciences humaines et  
sociales/Psychologie  
appliquée

**Enseignant(s)**  
Élise Tourte

**Année**  
Spécialisation  
Conception/rédaction

**Crédits ECTS**  
2

**Volume horaire**  
15h

**Périodicité**  
Quadrimestrielle

**Code**

**Unité d'enseignement**  
UE4

**Langue (s)**  
Français

**Prérequis**  
/

**Corequis**  
/

### **Acquis d'apprentissage spécifique**

Au terme du module, l'étudiant/e devrait connaître les principales théories psychologiques des émotions.

Il/elle devrait pouvoir schématiser les mécanismes physiologiques qui font éprouver une émotion.

Il/elle devrait aussi être capable de repérer l'influence des structures sociales dans la construction des émotions.

### **Activités d'apprentissage**

Introduction générale, sous la forme de cours magistraux.

Présentation par les étudiants d'exposés devant les pairs.

Discussion argumentée des présentations des collègues.

### **Méthodes d'enseignements et d'apprentissages**

Enquêtes sur les principales émotions (colère, joie, peur, tristesse, surprise), sur les théories psychologiques à leur sujet, sur leur mise en œuvre dans la publicité.

### **Modalités d'évaluation**

Évaluation formative : exposés en binôme.

Évaluation sommative : recension critique d'un article scientifique sur les émotions.

**Option**  
Publicité

**Cours**  
Culture publicitaire

**Enseignant(s)**  
Damien Walckiers

**Année**  
Spécialisation  
Conception/rédaction

**Crédits ECTS**  
2

**Volume horaire**  
15h

**Périodicité**  
Quadrimestrielle

**Code**

**Unité d'enseignement**  
UE4

**Langue (s)**  
Français

**Prérequis**  
/

**Corequis**  
/

### Acquis d'apprentissage spécifique

- Comprendre les objectifs d'une campagne (objectifs commerciaux, de marketing et de communication).
- Appréhender les notions de public-cible et de persona marketing
- Maîtriser les étapes de communication (Objectifs, cibles, stratégie, plan de communication, conception, production, diffusion et monitoring)
- Définir les bases du marketing digital et ses outils (Référencement, banner, Emailing, Social Media, Site Web, Application, e-Commerce, Influence, ...).

### Activités d'apprentissage

L'atelier de culture publicitaire est basé sur des échanges et sur une participation active de l'étudiant. Basé sur une approche théorique et liée à des exemples pratiques, il permet à l'étudiant d'appréhender l'écosystème de communication actuelle et les parcours utilisateurs (Acquisition, Rétention, notoriété, ...)

### Méthodes d'enseignements et d'apprentissages

La formation est basée sur une colonne vertébrale théorique et des échanges avec les étudiants qui permettent de répondre à leur interrogation et explorer des sujets qui les intéressent. Cette méthode permet une grande souplesse d'apprentissage et pousse l'étudiant à être curieux. La curiosité permet une meilleure assimilation et appropriation de la matière

### Modalités d'évaluation

- Évaluation permanente en classe au travers de la participation active, de l'assiduité et de l'investissement personnel.
- Et d'un examen oral (mise en perspective du cours).