ESA Tournai

2026-2027

Option
Publicité

Cours
Atelier/Copywriting Message

Enseignant(s)
Bruno Boulanger

Année
BAC 2

Crédits ECTS
4

Volume horaire
45h

Périodicité
Annuelle

Code
42D

Unité d'enseignement
UE8

Langue (s)
Français

Prérequis
UE1 Atelier BAC 1

Corequis
Marketing (gestion) BAC 2

Acquis d'apprentissage spécifique

Au terme de l'année académique, l'étudiant sera capable d'utiliser de manière adéquate les nouvelles techniques marketing du paysage média actuel lors des exercices de conception publicitaire initiés au cours de Marketing (Gestion).

Il sera également capable de formuler et de rédiger l'entiereté des composantes d'une communication publicitaire (Insight, Baseline, Headline, et Body Copy).

Activités d'apprentissage

- Exercices de conception rapide sur les supports média Above the Line (Télévision, Presse Quotidienne, Presse Magazine, Radio, Affichage, Cinéma) et Below the Line (Toutes-Boites, Presse Gratuite, Presse Professionnelle et Spécialisée, Marketing Direct, VPC, PLV, Sampling, Evénements, Sponsoring, Mécénat, RP).
- Exercices de conception rapide sur les stratégies du marketing alternatif (Tactical Media, Events Media, Targeting Media) et des médias digitaux (Social Networking et Communuty Management, e-Commerce, f-Commerce, g- Commerce, Mobile Marketing et Applications).
- Exercices de Copywriting.
- Exercices de Storytelling.

Méthodes d'enseignements et d'apprentissages

Atelier d'exercices de conception rapide servant de prolongement aux théories abordées au cours technique de Marketing (Gestion).

Modalités d'évaluation

L'étudiant est évalué de façon continue et le travail se fait en grande partie en classe. Les séances de corrections se font de façon collégiale pendant les périodes de recherche d'idées et de façon individuelle pendant les périodes de finalisation des travaux. Cette évaluation continue compte pour 25% des points à chaque quadrimestre.

L'ensemble de ces travaux est présenté et évalué lors des jurys de décembre et de juin. Ces jurys comptent pour 25% des points chacun.

En cas de nécessité, le cours, les exercices et les évaluations pourraient être adaptés en distanciel.

ESA Tournai

2026-2027

Option
Publicité

Cours
Atelier

Enseignant(s)
Julien Favier

Année
BAC 2

Crédits ECTS
5

Volume horaire
90h

Périodicité
Annuelle

Code
42DB

Unité d'enseignement
UE9

Langue (s)
Français

Prérequis
UE3

Corequis
UE9

Acquis d'apprentissage spécifique

L'étudiant :

- Sera capable de réaliser une identité visuelle esthétique et pratique, complète et pertinente pour une marque ou un service.
- Sera capable, sur base d'un briefing, d'appliquer les principes fondamentaux graphiques et typographiques pour concevoir une campagne d'affichage cohérente et créative.
- Contrôlera l'ensemble des outils graphiques pour la composition d'un visuel et sera capable de les hiérarchiser et les décliner sur différents supports de communication.
- Pourra concevoir, argumenter et développer une communication cohérente pour différentes prises de parole sur un sujet donné.
- Sera imaginer des hypothèses créatives, variées et adaptées aux demandes formulées.
- Sera mettre au point des designs graphique flexibles, adaptés à des supports digitaux et print.

Activités d'apprentissage

L'atelier de Graphic Design a pour but de développer chez l'étudiant la culture visuelle et la maitrise des codes graphiques sur différents supports. Nous y aborderons les différentes tendances graphiques et les principes fondamentaux de graphisme et mise en page à l'aide d'exercices pratiques.

Ces exercices permettront aux étudiants d'acquérir une connaissance et une maitrise des moyens de communications graphiques qu'ils pourront exploiter et faire évoluer dans l'ensemble des différents ateliers.

Seront abordés :

- L'importance de la recherche et de l'analyse pour la réalisation d'un projet innovant et pertinent.
- L'importance de la considération des 5 W (What? Who? Where? When? Why?) pour développer une communication cohérente avec le sujet
- Imaginer et développer des hypothèses variées et adaptées aux différentes demandes dans le fond comme dans la forme.
- Les principes graphiques fondamentaux pour la réalisation d'une identité visuelle et d'une série d'affiches fonctionnelle et esthétique.
- La maîtrise des outils aidant à la conception d'un visuel graphique créatif sur différents médias (typographie, couleurs, iconographie, mise en page, direction artistique).
- Les principes fondamentaux de composition et mise en page pour les supports digitaux et print (organisation de l'espace, composition, équilibre, lisibilité, rythme, homogénéité…).
- La réalisation d'une présentation perspicace et argumentée pour défendre un projet.

Méthodes d'enseignements et d'apprentissages

Méthode basée sur une approche essentiellement pratique, accompagnée d'une présentation de références graphiques existantes. L'étudiant développera plusieurs concepts sous forme de croquis et de tableaux d'influences. Suite à une concertation avec le professeur, il passera à la réalisation.
Les concepts seront ensuite déclinés sous différentes formes Print et digital.
L'ensemble des projets aboutiront à une présentation complète, argumentée, organisée et originale.
La communication entre les étudiants sera régulièrement favorisée par le biais de corrections collectives qui développeront leurs sens d'analyses et leurs esprits 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, son évolution personnelle et sa capacité à argumenter ses choix.

ESA Tournai

2026-2027

Option
Publicité

Cours
Atelier/Photoshop

Enseignant(s)
Barthélémy Decobecq

Année
BAC 2

Crédits ECTS
3

Volume horaire
45h

Périodicité
Annuelle

Code
42DC

Unité d'enseignement
UE8

Langue (s)
Français

Prérequis
/

Corequis
/

Acquis d'apprentissage spécifique

L'étudiant :

- Maîtrisera les différentes fonctions de Photoshop
- Construira un photomontage cohérent avec une thématique donnée.
- Gèrera les différentes étapes de retouches d'une photographie
- Optimisera ses fichiers pour l'impression.

Activités d'apprentissage

- Découverte de l'appareil photographique en studio et démonstrations des diverses possibilités avec l'élève
- Prise de vue à l'extérieur selon un thème donné.
- Réalisation en studio d'images pour les différents cours de créativité

Méthodes d'enseignements et d'apprentissages

- Sujets basés sur des problématiques et des contraintes réelles.
- Analyse collégiale des photomontages réalisées par les étudiants.

Modalités d'évaluation

- Évaluation permanente en classe au travers de la production, de l'assiduité et de l'investissement personnel.
- Capacité à situer son travail (quelles intentions, quelles références...).
- Interprétations des corrections.
- Si les circonstances l'exigent, les cours d'ateliers et corrections pourront être menés à distance via les canaux digitaux appropriés (e-mail, Messenger, appel vidéo /audio, réseaux sociaux).
- L'étudiant fera parvenir son travail au professeur de manière hebdomadaire en respectant les horaires initiaux fixés dans la grille de cours. 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 corrections et remarques relatifs aux travaux envoyés par l'étudiant lui parviendront par les voies citées ci-dessus pendant le cours, où, le cas échéant, dans les meilleurs délais.
- 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.

ESA Tournai

2026-2027

Option
Publicité

Cours
Atelier/Concept

Enseignant(s)
Benoit Menetret

Année
BAC 2

Crédits ECTS
4

Volume horaire
90h

Périodicité
Annuelle

Code
42DL

Unité d'enseignement
UE8

Langue (s)
Français

Prérequis
UE1
Atelier/Concept BAC 1

Corequis
/

Acquis d'apprentissage spécifique

- Au terme de la 2ème année, l'étudiant a affiné sa réflexion stratégique et conceptuelle.
- Il est capable de répondre de façon pertinente et créative à des briefings et stratégies plus complexes.
- Il propose de multiples pistes créatives en réponse à une problématique donnée. Il apprend à sélectionner les pistes offrant le plus de potentiel.
- Il est capable de dégager des insights correspondant au briefing et à la cible visée par celui-ci.
- Il est apte à concevoir des campagnes radio et développe des campagnes d'activation, digitales ou non. Il s'est familiarisé avec les techniques de communication digitales (réseaux sociaux).
- Il décline le concept sélectionné dans différents médias imposés, en en respectant les spécificités, sous forme de maquette poussée.
- Il se montre capable de gérer la direction artistique de ses créations.

Activités d'apprentissage

- Les exercices/briefings (print/digital/activation/radio) portent sur des produits de consommation courante, des services commerciaux ou des messages culturels/humanitaires.
- Le briefing est analysé en classe, afin de s'assurer que celui-ci soit bien compris par tous.
- Les élèves étudient les spécificités des différents médias et leurs implications sur la création.
- Ils se familiarisent avec la notion d'Insight, appuyée par des exemples et des exercices de recherche.
- En s'appuyant sur des cas concrets, les élèves apprennent à développer des campagnes d'activation. Ils apprennent à concevoir des caseboards et des présentations digitales (Keynote, Google Slide...) qui décrivent clairement et succinctement leurs activations.
- Ils présentent leurs activations oralement lors des jurys.
- Organisation de workshops avec des professionnels, permettant d'aborder le média radio et la réalisation de spots/maquettes radio.

Méthodes d'enseignements et d'apprentissages

- Conception et réalisation de campagnes publicitaires en atelier (print/digital/activation/radio). Les recherches sont précédées d'un travail d'analyse de campagnes réelles en lien direct avec les exercices en cours et susceptible de soutenir la recherche de l'élève.
- Les recherches d'idées sont à soumettre en rough. Dans un deuxième temps, les meilleures idées sont poussées, réalisées de la meilleure façon possible (direction artistique, typo...).
- L'élève est corrigé essentiellement individuellement. Il apprend à sélectionner les meilleures idées, puis à les pousser au maximum. Il développe sa capacité à juger son propre travail.
- Des workshops, en collaboration avec des professionnels, sont organisés durant l'année.

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'exigence en termes de délais, d'originalité, de justesse, d'orthographe, etc. est plus élevée par rapport à la 1e année.
- 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 à l'occasion des jurys de Noël et de juin.

ESA Tournai

2026-2027

Option
Publicité

Cours
Atelier

Enseignant(s)
Anne Lemaire

Année
BAC 2

Crédits ECTS
3

Volume horaire
90h

Périodicité
Annuelle

Code
42L

Unité d'enseignement
UE8

Langue (s)
Français

Prérequis
UE1

Corequis
Infographie BAC 2
Graphisme Publicitaire BAC 2

Acquis d'apprentissage spécifique

Au terme de l'année, l'élève maîtrisera toutes les fonctions des logiciels suivants :

- L'étudiant mettra en page ses documents imprimables avec le logiciel Adobe InDesignCC (Niveau perfectionnement).
- L'étudiant réalisera ses dessins vectoriels avec Adobe IllustratorCC (Niveau perfectionnement).
- L'étudiant réalisera une animation en HTML5 avec Adobe AnimateCC.

Activités d'apprentissage

Dès qu'une fonction du logiciel est abordée de manière théorique, l'étudiant réalisera un exercice simple pour vérifier sa maîtrise du logiciel.

Quand un chapitre est clôturé et que la théorie est claire pour l'étudiant, un exercice concret plus complexe est proposé pour une maîtrise plus globale d'un travail pratique à réaliser avec l'aide du logiciel (évaluation globale de la maîtrise des logiciels).

L'étudiant appliquera ses connaissances en conception publicitaire, dans des exercices pratiques et concrets.

L'étudiant respectera les critères suivants :

Dans ses mises en pages (magazine, direct marketing, abribus, affiches, ...) :

- L'étudiant respectera toutes les contraintes d'un briefing.
- L'étudiant étudiera la concurrence (curiosité vis à vis de ce qui existe).
- L'étudiant hiérarchisera les éléments graphiques (titre, visuel, baseline, logotype, lettrines, body copie, légendes de photos, ...) et créera une charte graphique.
- L'étudiant recherchera, proposera différentes solutions graphiques, puis choisira la plus adéquate avec l'aide du professeur.
- L'étudiant présentera un projet imprimé et relié lisible et soigné.
- L'étudiant fera une mise au net sans erreur technique, et préparera un fichier flashable et imprimable.

Dans ses logotypes et ses illustrations :

- L'étudiant respectera toutes les contraintes d'un briefing.
- L'étudiant étudiera la concurrence (curiosité vis à vis de ce qui existe).
- L'étudiant proposera des recherches variées pour tendre vers un signe personnel et original et créer une charte graphique.
- L'étudiant présentera un projet imprimé lisible et soigné.
- L'étudiant vérifiera la compréhension de son logo par le public (regard extérieur, critique et objectif sur son propre travail).
- L'étudiant adaptera son logo en quadrichromie, en couleurs Pantone, en noir et blanc, ou en utilisant des trames et des grisés.

- L'étudiant mettra au net ses documents imprimables sans erreur technique, et préparera un fichier flashable et imprimable.

Dans ses animations :

- L'étudiant respectera toutes les contraintes d'un briefing.
- L'étudiant étudiera la concurrence (curiosité vis à vis de ce qui existe).
- L'étudiant préparera les médias images vectorielles et son, sans erreur technique.
- L'étudiant proposera des storyboards crayonnés variés.
- L'étudiant réalisera une animation HTML5canvas de minimum 15 secondes sans erreur technique.
- L'étudiant appliquera ses acquis dans des bannières Publicitaires Web sans erreur technique.

Méthodes d'enseignements et d'apprentissages

Le professeur explique une à une toutes les fonctions de chacun des logiciels abordés. L'étudiant doit prendre des notes, et essayer en direct les outils et fonctions présentés. L'étudiant est face à son écran, le professeur est dans son dos et veille au suivi des petits exercices demandés à chaque étape.

Des exercices plus complexes sont proposés ensuite et doivent être réalisés en classe, sous le regard bienveillant du professeur. Ils permettent à l'étudiant de maîtriser globalement les logiciels et de jongler avec les multiples fonctions, de poser des questions dès qu'un problème se pose, et enfin d'acquérir une réelle autonomie dans l'utilisation des logiciels.

Suivi du travail à distance (si covid, canicule ou autre nécessité):
Utilisation de Messenger ou des mails via les adresses *prénom.nom@saintluctournai.be*, rendez-vous ponctuels calqués sur l'horaire habituellement pratiqué en classe à l'école. Publication à l'avance du planning des travaux demandés jusqu'à la fin de l'année, + (au plus tard la veille) rappel du briefing du travail demandé, via la page Facebook de la section et via mail. Partage des fichiers via Messenger.
Suivi des projets, utilisation de corrections écrites dans Messenger dans un premier temps, afin qu'élève et professeur gardent une trace des demandes et des réponses apportées. Appel vidéo éventuel s'il y a incompréhension ou besoin de plus de précisions. Ou si l'élève a besoin d'être remotivé...

Modalités d'évaluation

Présences, assiduité et participation aux cours: 10 % des points de l'année.

Premier quadrimestre: maîtrise des bases des logiciels et début d'autonomie observée lors des exercices pratiques.

Deuxième quadrimestre: approfondissement des connaissances et application des acquis de manière autonome dans les projets artistiques.

Evaluation permanente par un suivi régulier des projets artistiques demandés.

La moyenne de ces évaluations remises aux élèves au cours de l'année donnera une moyenne qui comptera pour 45% des points de l'année à la fin du 1er quadrimestre et pour 45% à la fin du 2ème quadrimestre.

La participation aux séances de travail à distance (si covid, canicule ou autre nécessité) est obligatoire. Celle ou celui qui n'a pas envoyé son travail à l'heure et la date demandées, qui n'a pas apporté les corrections souhaitées pour l'évolution de son projet, ou qui n'a pas répondu à un appel, et qui n'a pu fournir de justification, est considéré d'office comme absent·e. Les éventuels manquements au respect du fonctionnement du cours, et au(x) cahier(s) des charges, sont susceptibles d'avoir un impact négatif sur l'évaluation finale.

L'évaluation finale du travail complet pour compléter la note de cours sera effectuée au dernier cours.

ESA Tournai

2026-2027

Option
Publicité

Cours
Atelier/
Packaging

Enseignant(s)
Denis Scieur

Année
BAC 2

Crédits ECTS
3

Volume horaire
30h

Périodicité
Annuelle

Code
42Q1

Unité d'enseignement
UE8

Langue (s)
Français

Prérequis
Voir détail ci-après

Corequis
Voir détail ci-après

Prérequis : Pour accéder à la deuxième année, l'étudiant(e) devra avoir réussi les épreuves artistiques et théoriques de 1ère année.

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

Acquis d'apprentissage spécifique

- Au terme de l'année académique, l'étudiant(e) sera capable d'analyser une cible potentielle (segment, comportement, attentes et besoins).
- Au terme de l'année académique, l'étudiant(e) sera capable, sur base d'un briefing réaliste, de trouver les solutions graphiques et formelles liées à la création d'un packaging en respectant des impératifs créatifs, fonctionnels et stratégiques.
- Au terme de l'année académique, l'étudiant(e) sera capable d'apporter une réponse conceptuelle et graphique à une problématique de marque liée à des contraintes « complexes » (retail, vente en ligne etc.).
- Au terme de l'année académique, l'étudiant(e) sera capable d'effectuer les adaptations nécessaires à une gamme de produits dans le cadre d'une action de co-branding.
- Au terme de l'année académique, l'étudiant(e) sera capable d'imaginer, de conceptualiser et de réaliser un projet du prototype pour un produit dérivé dans le cadre d'une action marketing précise.

Activités d'apprentissage

L'atelier *Packaging* permettra à l'étudiant(e) d'approcher des problématiques complexes précises dans le cadre de l'élaboration d'un packaging produit. Il permettra à l'étudiant(e) de se confronter aux contraintes directes liées à l'espace de vente et à la réalisation de PLV. Sur base de ces acquis, l'étudiant(e) apprendra à positionner ou repositionner un produit et à le valoriser en fonction d'un canal de distribution spécifique. Ces exercices permettront également aux étudiants d'intégrer les compétences développées aux cours de *Concept*, de *Photo* et *d'Infographie*.

Programme d'apprentissage :

Seront abordés :

- Les fonctions marketing du Packaging ;
- Le packaging comme image de marque ;
- Le packaging produit dans son contexte de vente (physique ou virtuel) ;

L'étudiant abordera ces approches à travers une succession d'exercices complexes :

- Modification de positionnement global de marque et adaptations du produit.

- Approche promotionnelle / Conception et réalisation d'une gamme d'objets promotionnels. Cet exercice sera mis en place en continuité de l'exercice de style demandé dans le cadre de l'atelier image.
- Approche événementielle / Adaptation de l'identité graphique d'un produit dans le cadre d'un événement précis. 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, l'approche volumétrique et la mise en scène du produit.

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 sont mises en place lorsque les difficultés rencontrées sont collectives. L'évaluation se fait de manière continue et est donnée en classe. 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 procèderont 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 :

- Q1 : 25 %
- Jury de janvier : 25%
- Q2 : 25%
- Jury de juin : 25%

ESA Tournai

2026-2027

Option
Publicité

Cours
Atelier/
Image de marque

Enseignant(s)
Denis Scieur

Année
BAC 2

Crédits ECTS
4

Volume horaire
60h

Périodicité
Annuelle

Code
42Q2

Unité d'enseignement
UE8

Langue (s)
Français

Prérequis
Voir détail ci-après

Corequis
Voir détail ci-après

Prérequis : Pour accéder à la deuxième année, l'étudiant(e) devra avoir réussi les épreuves artistiques et théoriques de 1ère année.

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

Acquis d'apprentissage spécifique

- Au terme de l'année académique, l'étudiant(e) sera capable d'appliquer les règles élémentaires de composition d'une image à une nouvelle composition.
- Au terme de l'année académique, l'étudiant(e) sera capable de décliner un concept publicitaire sur les médias appropriés dans le cadre d'une action marketing définie.
- Au terme de l'année académique, l'étudiant(e) sera capable d'effectuer l'analyse d'une marque, de ses choix stratégiques et marketing ainsi que de ses choix de médias.
- Au terme de l'année académique, l'étudiant(e) sera capable d'aborder l'approche graphique, conceptuelle et ergonomique d'un site internet sur base d'une analyse de la marque ou du sujet, de ses objectifs et ses attentes.
- Au terme de l'année académique, l'étudiant(e) prendra en charge la conception et la réalisation graphique d'une campagne de promotion liée à la participation d'une marque à un grand événement.
- Au terme de l'année académique, l'étudiant(e) sera capable d'argumenter ses choix conceptuels, stratégiques et graphiques ainsi qu'un plan de communication intégrant différents médias.
- ***Facultatif*** - En collaboration avec le cours de Concept, l'étudiant sera capable d'écrire et de diriger la réalisation d'un spot radio ou d'une production sonore (format court, moyen ou saga). Outre le travail d'écriture, il devra être capable d'imaginer le "design sonore", l'habillage de son spot (bruitages, jingle, choix musicaux).

Activités d'apprentissage

L'atelier *Image* cherche avant tout à développer la capacité de l'étudiant à exploiter un concept à travers différentes approches média et différents types d'applications. Nous y aborderons les règles/contraintes fondamentales liées à l'utilisation des médias (traditionnels et digitaux) à travers des exercices précis. Ces exercices permettront également aux étudiants d'élargir leur champ de réflexion conceptuel et d'y associer les compétences développées aux cours de *Concept* et de *Photo/Photoshop*.

Programme d'apprentissage :

Seront abordés :

- Analyse de positionnement de marque ;
- Approche des médias traditionnels, canaux digitaux et réseaux sociaux à travers des exercices spécifiques ;
- Les principes stratégiques, ergonomiques et graphiques appliqués au digital ;

Méthodes d'enseignements et d'apprentissages

Succession d'exercices de conception et de stratégie média à « 360° ». 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

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. 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 procèderont 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 :

- Q1 : 25 %
- Jury de janvier : 25%
- Q2 : 25%
- Jury de juin : 25%

ESA Tournai

2026-2027

Option
Publicité

Cours
Atelier/Photographie

Enseignant(s)
Barthélémy Decobecq

Année
BAC 2

Crédits ECTS
3

Volume horaire
120h

Périodicité
Annuelle

Code
42S

Unité d'enseignement
UE8

Langue (s)
Français

Prérequis
Photographie BAC 1

Corequis
/

Acquis d'apprentissage spécifique

L'étudiant :

- Maîtrisera les flashs en studio (lumière douce, lumière dure, rendu de la matière d'un sujet, etc.).
- Analysera et comprendra une prise de vue studio (cadrage, lumière, intention). Maîtrisera le logiciel de prise de vue et optimisera une photographie dans Photoshop

Activités d'apprentissage

- Découverte du studio et démonstrations des diverses techniques d'éclairages avec l'élève.
- Prises de vues en studio et en extérieur selon un thème donné.
- Suivi de l'étudiant durant les différentes étapes d'un shooting : construction d'un « Moodboard », organisation et post traitement.
- Réalisation en studio d'images pour les différents cours de créativité. Rencontre avec des acteurs du monde professionnel lors de Workshops

Méthodes d'enseignements et d'apprentissages

- Sujets basés sur des problématiques et des contraintes réelles.
- Analyse et corrections de photographies réalisées à l'extérieur.
- Retouches sur Photoshop des photographies sélectionnées.
- Analyse de photographies (sujet, composition, lumière, etc..).
- Analyse en groupe des photographies réalisées par les étudiants.

Modalités d'évaluation

- Évaluation permanente en classe au travers de la production, de l'assiduité et de l'investissement personnel.
- Capacité à situer son travail (quelles intentions, quelles références...).
- Interprétations des corrections.
- Si les circonstances l'exigent, les cours d'ateliers et corrections pourront être menés à distance via les canaux digitaux appropriés (e-mail, Messenger, appel vidéo /audio, réseaux sociaux).
- L'étudiant fera parvenir son travail au professeur de manière hebdomadaire en respectant les horaires initiaux fixés dans la grille de cours. 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 corrections et remarques relatifs aux travaux envoyés par l'étudiant lui parviendront par les voies citées ci-dessus pendant le cours, où, le cas échéant, dans les meilleurs délais.
- 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.

ESA Tournai

2026-2027

Option
Publicité

Cours
Atelier/Event

Enseignant(s)
Denis Scieur

Année
BAC 2

Crédits ECTS
3

Volume horaire
45h

Périodicité
Annuelle

Code
42SC

Unité d'enseignement
UE8

Langue (s)
Français

Prérequis
Voir détail ci-après

Corequis
Voir détail ci-après

Prérequis : Pour accéder à la deuxième année, l'étudiant(e) devra avoir réussi les épreuves artistiques et théoriques de 1ère année.

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

Acquis d'apprentissage spécifique

- Au terme de l'année académique, l'étudiant(e) sera capable de concevoir une action de marketing événementielle.
- Au terme de l'année académique, l'étudiant(e) sera capable de concevoir une stratégie média dans le cadre de la promotion d'une action marketing événementielle.
- Au terme de l'année académique, l'étudiant(e) sera capable d'élaborer une stratégie de marketing événementiel dans le cadre d'un événement impliquant une forte concurrence.
- Au terme de l'année académique, l'étudiant(e) sera capable de concevoir un événement (physique ou sur internet) en réponse à une action réalisée par une marque concurrente.

Activités d'apprentissage

L'atelier *Event* permettra à l'étudiant(e) d'approcher des problématiques précises dans le cadre de la conception d'un événement lié à une marque ou un produit. Il permettra à l'étudiant(e) de se confronter aux contraintes imposées par la concurrence et à la capacité de réaction qu'elles supposent. Sur base de ces acquis, l'étudiant(e) apprendra à promouvoir ou positionner un produit et à le valoriser à travers des actions événementielles diverses. Ces exercices permettront également aux étudiants d'intégrer les compétences développées aux cours de *Concept*, de *Photo/Photoshop* et de *Rough*.

Programme d'apprentissage :

Seront abordés :
L'événement comme action de soutien ;
L'événement comme action de positionnement ;
L'événement comme stratégie de différenciation ;
L'événement comme stratégie de cohésion de cible ;

L'étudiant abordera ces approches à travers une succession d'exercices :

- Créer la surprise par l'événement sur un sujet spécifique du type Grande cause ou message d'intérêt général.
- Réflexion stratégique autour du *re*positionnement global d'une marque – La stratégie exigeant d'avoir recours à différents médias dans le cadre du lancement d'une action événementielle (affichage, radio, spots vidéo, posts sur réseaux, etc.)
- Approche transversale / Conception de la stratégie globale liée à la participation d'une marque à un grand événement. Conception d'un stand, de produits dérivés, d'une stratégie média, utilisation du réseau de distribution de la marque comme relais de l'action.

Méthodes d'enseignements et d'apprentissages

Succession d'exercices intégrant la réflexion conceptuelle et stratégique, la création graphique autour d'une identité (marque, association ou autre), la mise en place d'un scénario d'événement et la gestion des médias.

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. 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 procèderont 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 :

- Q1 : 25 %
- Jury de janvier : 25%
- Q2 : 25%
- Jury de juin : 25%

ESA Tournai

2026-2027

Option
Publicité

Cours
Dessin et moyens d'expression/
Rough

Enseignant(s)
Jean-François Damas

Année
BAC 2

Crédits ECTS
3

Volume horaire
45h

Périodicité
Annuelle

Code
DD42

Unité d'enseignement
UE8

Langue (s)
Français

Prérequis
UE1

Corequis
/

Acquis d'apprentissage spécifique

L'étudiant sera capable de réaliser une mise en page ou un story-board en dessin.

Activités d'apprentissage

Etude du story-board, analyse d'images, réflexion sur la communication en dessin.

Méthodes d'enseignements et d'apprentissages

A chaque cours, exercices à faire sur place.

Modalités d'évaluation

Les corrections sont positives et collégiales, tous les étudiants participent aux corrections.

ESA Tournai

2026-2027

Option
Publicité

Cours
Sciences Humaines et Sociales/
Économie

Enseignant(s)
Florence Mélice

Année
BAC 2

Crédits ECTS
3

Volume horaire
45h

Périodicité
Annuelle

Code
EC42

Unité d'enseignement
UE14

Langue (s)
Français

Prérequis
/

Corequis
/

Acquis d'apprentissage spécifique

Durant l'année académique, l'élève analyse sa situation en tant que citoyen responsable et conscient de ses droits et obligations. L'élève crée son entreprise, à travers une simulation, en tant qu'indépendant complémentaire.

Activités d'apprentissage

La législation :
1° L'élève connaît ses responsabilités : responsabilité civile, les assurances obligatoires ou non, ...
2° L'élève connaît ses droits : le bien, le droit de propriété, d'usufruit, de location, prescription, ...
3° L'élève connaît ses obligations : Il est capable :

- De remplir un contrat, d'en comprendre et d'en expliquer tous ses composants (contrat de travail, bail...),
- De comprendre et d'expliquer une fiche de rémunération,
- De comprendre et d'expliquer ce qu'est la protection sociale, les représentants salariaux,
- De comprendre et d'expliquer les pratiques du commerce, les accords pour la protection des consommateurs et les accords commerciaux.

L'esprit d'entreprendre et compétences entrepreneuriales :
1° L'élève analyse ses motivations, ses qualités et son attitude d'entrepreneur potentiel, son esprit innovant et créatif, son envie de prendre des risques et réalise l'importance (et les méthodes) de se connaître soi-même ;
2° L'élève devient conscient de l'importance de connaître les conseillers professionnels et de bien se faire conseiller.
3°L'élève réalise un plan d'entreprise et son étude de faisabilité.

La création d'entreprise :
L'élève maîtrise les différentes formes juridiques de l'entreprise, les différents régimes matrimoniaux, le statut social des travailleurs indépendants.
La gestion commerciale :
1° L'élève réalise une étude de marché : l'analyse de la concurrence, des fournisseurs, lieu de vente, canaux de distribution ;
2° L'élève fait une analyse marketing : analyse de clientèle, la publicité, la promotion des ventes ;

Les aspects comptables, financiers et fiscaux :
L'élève maîtrise les aspects fiscaux : principes généraux de l'impôt des personnes physiques et de l'impôt des sociétés, les différents types de revenus, la déductibilité des frais, les précomptes et versements anticipés.

Méthodes d'enseignements et d'apprentissages

Confronter les élèves à la réalité à travers diverses séquences thématiques.

- Travail à partir de situations concrètes ;
- Difficultés croissantes des situations ;
- Amélioration de l'autonomie des élèves.

Modalités d'évaluation

Examen :
50% janvier : oral basé sur la matière du 1er semestre
50% juin : travaux à rendre durant les cours + business Plan + défense orale.

ESA Tournai

2026-2027

Option
Publicité

Cours
Techniques et technologies/Marketing (Gestion)

Enseignant(s)
Bruno Boulanger

Année
BAC 2

Crédits ECTS
5

Volume horaire
45h

Périodicité
Annuelle

Code
CG42

Unité d'enseignement
UE9

Langue (s)
Français

Prérequis
Marketing (Gestion) BAC 1

Corequis
/

Acquis d'apprentissage spécifique

Au terme de l'année académique, l'étudiant sera capable de comprendre les nouvelles techniques marketing du paysage média actuel, et de les utiliser de manière adéquate lors des exercices donnés en Atelier de Copywriting.

Activités d'apprentissage

- Aperçu des médias traditionnels Above the Line et de leurs spécificités : Télévision, Presse Quotidienne, Presse Magazine, Radio, Affichage, Cinéma.
- Aperçu des médias traditionnels Below the Line et de leurs spécificités : Toutes-Boites, Presse Gratuite, Presse Professionnelle et Spécialisée, Marketing Direct, VPC, PLV, Sampling, Evénements, Sponsoring, Mécénat, RP.
- Aperçu du marketing alternatif,et de ses spécificités : Marketing 360°, Tactical Media, Events Media, Targeting Media.
- Aperçu des médias digitaux et de leurs spécificités : Social Networking, Communuty Management, e-Commerce, f-Commerce, g-Commerce, Mobile Marketing et Applications.
- Notions de base de Media Planning.
- Notions d'éthique publicitaire.

Méthodes d'enseignements et d'apprentissages

Mise en pratique des spécificités médias abordées par une succession d'exercices de conception rapide préléminaires aux exercices donnés en Atelier de Copywriting.

Modalités d'évaluation

L'évaluation se fait par la remise d'un dossier lors de chaque session (Janvier et Juin). Ce dossier comporte les résultats des recherches et exercices de conception rapide abordés au cours ainsi que les prolongements obtenus en Atelier de Copywriting. Les deux dossiers comptent pour 50 % des points chacun.

En cas de nécessité, le cours, les exercices et les évaluations pourraient être adaptés en distanciel.

ESA Tournai

2026-2027

Option
Publicité

Cours
Histoire et actualités des arts : 19ème et 20ème siècle

Enseignant(s)
Jean-Paul Jacquet

Année
BAC 2

Crédits ECTS
3

Volume horaire
45h

Périodicité
Quadrimestrielle

Code
HS42

Unité d'enseignement
UE13

Langue (s)
Français

Prérequis
/

Corequis
/

Acquis d'apprentissage spécifique

Analyse des fondements de l'art moderne.

Etablir une structure théorique qui permettra à l'étudiant d'aborder l'art du XIXème et du XXème siècle avec les références esthétiques nécessaires.

Activités d'apprentissage

Sur une période allant de 1750 à 1940, ce cours d'histoire de l'art débute avec la fin de la période classique pour développer les mouvements qui constituent la modernité en art.

Par l'iconographie mais aussi via la littérature, cette période est l'âge d'or où les grands poètes étaient aussi critiques d'art.

Hormis cette particularité, ce cours suit une méthodologie classique de l'iconographie d'Erwin Panofsy permettant une analyse formelle et structurale de l'objet artistique.

Méthodes d'enseignements et d'apprentissages

Cours théorique ex-cathedra

Modalités d'évaluation

Travail à remettre

ESA Tournai

2026-2027

Option
Publicité

Cours
Techniques et technologies/ Infographie

Enseignant(s)
Anne Lemaire

Année
BAC 2

Crédits ECTS
2

Volume horaire
30h

Périodicité
Annuelle

Code
IL42

Unité d'enseignement
UE9

Langue (s)
Français

Prérequis
UE3
Techno BAC 1

Corequis
Infographie BAC 2
Graphisme Publicitaire BAC 2

Acquis d'apprentissage spécifique

Au terme de l'année, l'élève maîtrisera toutes les fonctions des logiciels suivants :

- L'étudiant mettra en page ses documents imprimables avec le logiciel Adobe InDesignCC (Niveau perfectionnement).
- L'étudiant réalisera ses dessins vectoriels avec Adobe IllustratorCC (Niveau perfectionnement).
- L'étudiant réalisera une animation en HTML avec Adobe AnimateCC.

Activités d'apprentissage

Explication détaillée de toutes les fonctions des logiciels cités ci-dessus (Boîte à outils, menus, fenêtres, fonction, ...) par le professeur.

Méthodes d'enseignements et d'apprentissages

Le professeur explique une à une toutes les fonctions de chacun des logiciels abordés. L'étudiant prend des notes, et essaye en direct sur l'ordinateur les outils et fonctions présentés.

Il est face à son écran, le professeur est dans leur dos et veille au suivi des petits exercices demandés à chaque étape.

Suivi du travail à distance (si covid, canicule ou autre nécessité) :
Utilisation de Messenger ou des mails via les adresses *prénom.nom@saintluctournai.be*, rendez-vous ponctuels calqués sur l'horaire habituellement pratiqué en classe à l'école. Publication à l'avance du planning des travaux demandés jusqu'à la fin de l'année, + (au plus tard la veille) rappel du briefing du travail demandé, via la page Facebook de la section et via mail. Partage des fichiers via Messenger.
Suivi des projets, utilisation de corrections écrites dans Messenger dans un premier temps, afin qu'élève et professeur gardent une trace des demandes et des réponses apportées. Appel vidéo éventuel s'il y a incompréhension ou besoin de plus de précisions. Ou si l'élève a besoin d'être remotivé...

Modalités d'évaluation

Présences, assiduité et participation aux cours: 10 % des points de l'année.

Premier quadrimestre: maîtrise des bases des logiciels et début d'autonomie observée lors des exercices pratiques.

Deuxième quadrimestre: approfondissement des connaissances et application des acquis de manière autonome dans les projets artistiques.

Evaluation permanente par un suivi régulier des projets artistiques demandés.

La moyenne des évaluations remises aux élèves au cours de l'année donnera une moyenne qui comptera pour 45% des points de l'année à la fin

du 1er quadrimestre et pour 45% à la fin du 2ème quadrimestre.
La participation aux séances de travail à distance (si covid, canicule ou autre nécessité) est obligatoire. Celle ou celui qui n'a pas envoyé son travail à l'heure et la date demandées, qui n'a pas apporté les corrections souhaitées pour l'évolution de son projet, ou qui n'a pas répondu à un appel, et qui n'a pu fournir de justification, est considéré d'office comme absent·e. Les éventuels manquements au respect du fonctionnement du cours, et au(x) cahier(s) des charges, sont susceptibles d'avoir un impact négatif sur l'évaluation finale.

L'évaluation finale du travail complet sera effectuée au dernier cours.

ESA Tournai

2026-2027

Option
Publicité

Cours
Méthodologie de la recherche

Enseignant(s)
Aline Crombez

Année
BAC 2

Crédits ECTS
3

Volume horaire
45h

Périodicité
Quadrimestrielle

Code
MR42

Unité d'enseignement
UE12

Langue (s)
Français

Prérequis
/

Corequis
/

Acquis d'apprentissage spécifiques

- Acquérir une approche systématique pour planifier, collecter et analyser les données, aidant ainsi à répondre efficacement aux questions de recherche.
- Développer ses capacités à générer des questionnements de recherche et à élaborer un protocole de recherche
- Améliorer ses compétences d'analyse d'images et de textes informatifs
- Ouvrir la possibilité à la réalisation de projets de recherche en art menés par des artistes-chercheurs à titre individuel ou collectif, en dehors de tout doctorat et de financement de production artistique
- Préparer à l'élaboration du TFE
- Acquérir un esprit critique quant aux sources d'information
- Apprendre à citer correctement ses sources

Activités d'apprentissages

Les étudiants se familiarisent avec différentes méthodes de collecte d'informations (recherche en bibliothèque, observation, etc.), d'extraction et d'analyse (analyse critique et sémiologique, lecture active, etc.), ainsi que d'élaboration et de formulation d'un questionnement (cartographie cognitive). Une problématique est définie par groupe de travail pour l'ensemble du quadrimestre. Elle constitue le fil conducteur autour duquel se développent et s'articulent les recherches des étudiants.

Méthodes d'enseignement et d'apprentissage

Le cours propose en alternance des apports théoriques et analytiques, fondés sur l'étude de textes et de projets artistiques explorant différentes formes de recherche par la création ou l'analyse d'images, des approfondissements méthodologiques et des exercices pratiques sur le travail collectif. Les présentations théoriques et les discussions autour des textes et des projets étudiés se déroulent en classe entière tandis que l'accompagnement des travaux de collection, d'exploration et de transmission s'effectue par des échanges en petits groupes de deux ou trois étudiants. Des temps de mise en commun favorisent le partage des démarches et la confrontation des réflexions.

Modalités d'évaluation

Au terme du quadrimestre, les étudiants remettent un document rassemblant l'ensemble du travail de recherche depuis les premières explorations. Ce document comprend également un texte de synthèse et de réflexion tirant les conclusions du processus de recherche. Celui-ci s'appuie sur l'analyse des images mobilisées et sur des ressources extérieures, dûment référencées. Il fait l'objet d'une présentation orale.

ESA Tournai

2026-2027

Option
Publicité

Cours
Techniques et technologies/Storyboard

Enseignant(s)
Jean-François Damas
Bruno Boulanger

Année
BAC 2

Crédits ECTS
4

Volume horaire
45h

Périodicité
Annuelle

Code
SB42

Unité d'enseignement
UE9

Langue (s)
Français

Prérequis
UE3

Corequis
UE8

Acquis d'apprentissage spécifique

Au terme de l'année académique, l'étudiant maîtrisera les techniques narratives du spot télé et du spot cinéma, et pourra les utiliser dans la création des spots publicitaires

Activités d'apprentissage

- Utilisation des codes publicitaires inhérent au storyboard
- Construction d'un scénario et découpage scénaristique.
- Ecriture d'un synopsis et d'une argumentation correspondant à un briefing donné.
- Capacité de créer un concept publicitaire utilisant toutes les techniques de story-board.

Méthodes d'enseignements et d'apprentissages

Succession d'exercices courts sur base de briefing publicitaire.

Analyse des divers éléments composant le briefing et réponse créative de l'étudiant.

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.

ESA Tournai

2026-2027

Option
Publicité

Cours
Sciences humaines et sociales/Générales

Enseignant(s)
Hugues Robaye

Année
BAC 2

Crédits ECTS
3

Volume horaire
45h

Périodicité
Quadrimestrielle

Code
SG42

Unité d'enseignement
UE11

Langue (s)
Français

Prérequis
/

Corequis
/

Acquis d'apprentissage spécifiques

Au terme de l'apprentissage, l'étudiant(e) devrait être en mesure de repérer dans des textes de sociologie, anthropologie, ethnologie, éthologie, psychiatrie, etc, les notions fondamentales, l'articulation du sens et sa progression.

De présenter certaines personnalités importantes dans le domaine des sciences humaines et sociales.

De développer son esprit critique par rapport au monde de l'information, de distinguer les niveaux de profondeur des informations auxquelles il est confronté quotidiennement, de l'info au formes plus complexes des textes de sciences humaines.

De réfléchir aux enjeux du monde contemporain, aux différentes formes de développement qu'on y observe et à leurs réponses particulières par rapport aux vivants, aux équilibres entre les écosystèmes et par rapport aux sociétés humaines.

Activités d'apprentissages

Le cours de sciences humaines aborde quelques grandes figures des disciplines actuelles dans ces secteurs de recherches. Il a pour objectif de fournir à l'étudiant des bases pluridisciplinaires pour observer, étudier et comprendre le monde contemporain, dans ses différentes dimensions : interculturel, évolution des sociétés humaines, relation de celles-ci aux différents écosystèmes, hiérarchisation des activités humaines, importance de la conscience historique, visions du monde (dans une optique comparatiste), etc...

Méthodes d'enseignement et d'apprentissage

Le cours se partage entre présentations d'auteurs marquants, lectures de textes et échanges avec l'auditoire ; analyse de documents audiovisuels. Supports : syllabus, portefeuille de lecture, supports audiovisuels : émissions, renvoi vers des supports en ligne.

Modalités d'évaluation

Examen écrit comportant deux questions. L'une à préparer à domicile, l'autre, de mémoire et réflexion.

ESA Tournai

2026-2027

Option
Publicité

Cours
Stages

Enseignant(s)
Benoit Menetret

Année
BAC 2

Crédits ECTS
2

Volume horaire
30h

Périodicité
Annuelle

Code
ST42

Unité d'enseignement
UE14B

Langue (s)
Français

Prérequis

Corequis
/

Acquis d'apprentissage spécifique

- Au terme des workshops, l'étudiant est capable de mobiliser les acquis de sa formation pour répondre à des briefings concrets dans différents domaines de la communication.
- Il est capable de mettre en œuvre, avec l'accompagnement de professionnels, des techniques et des méthodes de travail propres aux disciplines abordées.
- Il développe des propositions créatives en tenant compte des spécificités du média, des contraintes techniques et des délais imposés.
- Il est capable de faire évoluer son travail en intégrant les remarques et les conseils des enseignants et des intervenants professionnels.
- Il adopte une attitude de travail impliquée, ouverte et collaborative.
- Cette immersion dans le concret de différents métiers de la communication permet à l'étudiant de confronter ses intérêts à la pratique, et vise également à nourrir sa réflexion sur le choix de son stage long de 3e année et, plus largement, sur son orientation professionnelle.

Activités d'apprentissage

Face à la difficulté croissante rencontrée par les élèves pour trouver un stage de courte durée en 2e année, la période de stage prend la forme d'une période de workshops intensifs, répartie sur une à deux semaines et encadrée par les enseignants et des professionnels actifs du secteur de la communication.

Ces workshops permettent à l'étudiant d'étendre ses compétences et de découvrir plusieurs métiers par la pratique, en bénéficiant de l'expérience et du savoir-faire des intervenants.
Certains workshops peuvent également s'inscrire dans le cadre de concours créatifs, réservés aux étudiants. Ils sont alors consacrés à la conception et à la réalisation de travaux destinés à être inscrits à ces concours nationaux ou internationaux. La participation à ces concours permet aux étudiants de confronter leurs créations à celles d'étudiants issus d'autres établissements.

Les domaines abordés comprennent notamment :

- Conception, écriture et réalisation de spots radio (en studio son).
- Conception et réalisation de projets en graphic design et en motion design.
- Pratique de la photographie dans le cadre de projets spécifiques de communication.

Méthodes d'enseignements et d'apprentissages

- L'apprentissage repose sur la pratique et la réalisation de projets dans le cadre des workshops.
- Les enseignants et les intervenants professionnels accompagnent l'étudiant dans les différentes étapes de son travail, de la compréhension du briefing à la réalisation.
- Les démonstrations, les échanges et les corrections permettent à l'étudiant de découvrir des méthodes professionnelles et de les appliquer à ses propres productions.
- Selon les workshops, les projets sont réalisés individuellement ou en groupe. L'étudiant est amené à prendre des initiatives, à collaborer et à adapter son travail en fonction des retours reçus.

Modalités d'évaluation

L'évaluation s'effectue tout au long des workshops et porte sur l'implication de l'étudiant ainsi que sur les travaux réalisés.

Les critères pris en compte sont :

- L'assiduité, la participation active et l'investissement dans les différents workshops.
- L'ouverture aux disciplines abordées, aux conseils et aux corrections.
- La capacité à collaborer et à contribuer aux projets collectifs, le cas échéant.
- La pertinence et la créativité des propositions au regard du briefing.
- La qualité des réalisations, compte tenu des objectifs du workshop et des techniques abordées.
- Le respect des consignes et des délais.

L'évaluation tient compte de la contribution personnelle de l'étudiant, y compris lorsque le travail est réalisé en groupe.