ESA Tournai

2026-2027

Option
Publicité

Cours
Atelier/Concept

Enseignant(s)
Benoît Menetret

Année
BAC 3

Crédits ECTS
3

Volume horaire
75h

Périodicité
Annuelle

Code
43D

Unité d'enseignement
UE15

Langue (s)
Français

Prérequis
UE8
Atelier/Concept BAC 2

Corequis
/

Acquis d'apprentissage spécifique

- Au terme de la 3ème année, l'élève a assimilé les différentes contraintes de la profession.
- Il est capable d'apporter une réponse créative, pertinente et originale à tout type de briefing. Il décline un concept créatif dans les médias qui lui sont imposés (annonce/affiche/radio/digital/SoMe/activation/...)
- Il réfléchit en termes d'insights et fait preuve d'autonomie créative et stratégique.
- Il évalue son travail et sélectionne les pistes à potentiel.
- Il sait présenter et synthétiser son idée, rédiger un headline clair et concis.

Activités d'apprentissage

- L'apprentissage consiste en la conception de campagnes pluri-médias pour des produits de consommation courante ou des services commerciaux, déclinées en plusieurs messages print/affichage + radio + digital (SoMe) + activation.
- Durant l'année, les élèves participent à un concours créatif national et/ou international, leur permettant de mettre en pratique leurs acquis, tout en se mesurant à des participants provenant d'autres écoles et pays.

Méthodes d'enseignements et d'apprentissages

- Les élèves conçoivent et réalisent des campagnes publicitaires "above the line" en atelier (print/digital/activation/radio...). Ce travail est précédé d'une étude d'exemples concrets, en lien direct avec les exercices en cours et susceptible de soutenir la recherche de l'élève.
- Dans un deuxième temps, l'élève passe à la réalisation poussée de la meilleure campagne.
- Les travaux s'effectuent seul ou en team (équipe de 2 élèves). Dans le cas du travail en team, chaque élève doit présenter une campagne distincte.
- Durant les corrections, l'élève est encouragé à pousser et optimiser ses idées, il développe également sa capacité à juger son propre 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.
- Afin de s'approcher des conditions réelles du métier, l'exigence en termes de délais, d'originalité, de justesse, d'orthographe, etc. est plus élevée par rapport à la 2e 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 du jury de Noël.
- Le jury de juin est composé exclusivement de professionnels externes.

ESA Tournai

2026-2027

Option
Publicité

Cours
Atelier/Copywriting
Message

Enseignant(s)
Bruno Boulanger

Année
BAC 3

Crédits ECTS
3

Volume horaire
45h

Périodicité
Annuelle

Code
43DB

Unité d'enseignement
UE15

Langue (s)
Français

Prérequis
UE8

Corequis
Marketing (gestion) BAC 3
UE23

Acquis d'apprentissage spécifique

Au terme de l'année académique, l'étudiant sera capable d'utiliser de manière adéquate les différents types de stratégies de communication actuelles lors des exercices de conception publicitaire initiés au cours de Marketing (Gestion).

Il sera capable de présenter ses stratégies et ses conceptions devant une assemblée. Il sera également capable de défendre et d'argumenter ses propositions créatives.

Activités d'apprentissage

- Exercices de conception rapide à partir des différents types de problématiques et de stratégies de communication abordées au cours.
- Elaboration de la Copy Strategy générée par le travail de fin d'études.
- Exercices de Copywriting.
- Exercices de Storytelling.

Méthodes d'enseignements et d'apprentissages

Atelier d'exercices de conception rapide servant de prolongement à la théorie abordée au cours technique de Marketing (Gestion).

Modalités d'évaluation

L'étudiant est évalué de façon continue et le travail se fait essentiellement 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 du jury de décembre et de l'évaluation de mars. Ces évaluations comptent pour 25% des points chacune.

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

ESA Tournai

2026-2027

Option
Publicité

Cours
Atelier/Graphic Design

Enseignant(s)
Julien Favier

Année
BAC 3

Crédits ECTS
3

Volume horaire
45h

Périodicité
Annuelle

Code
43DB

Unité d'enseignement
UE16

Langue (s)
Français

Prérequis
UE9

Corequis
UE16

Acquis d'apprentissage spécifique

L'étudiant :

- Sera capable, sur base d'un briefing réaliste, de concevoir avec efficacité une identité visuelle et/ou une communication complète innovante et pertinente.
- Sera capable de dialoguer avec son ou ses clients et le(s) convaincre de la pertinence et de l'efficience des solutions qu'il lui propose.
- Disposera d'une culture générale et spécifique approfondies et enrichies régulièrement.
- Sera mettre à profit l'ensemble de ses compétences graphiques et typographiques pour construire un message créatif, structuré fonctionnels et esthétiques en réponse à des contraintes complexes.
- Sera capable d'élaborer sa propre identité visuelle afin de mettre en valeur sa singularité et l'aider dans son ambition prospective.

Activités d'apprentissage

L'atelier de Graphic Design a pour but de développer chez l'étudiant la maitrise professionnelle des outils graphiques et de la mise en page. Le but pour cette dernière année étant de mettre à profit l'ensemble des connaissances acquises les années précédentes pour pouvoir entrer dans la vie active.
Nous réaliserons différents exercices sur base de ses acquis qui permettront à l'étudiant de perfectionner son savoir-faire, qu'il pourra ensuite exploiter dans le monde du travail.

Seront abordés :

- La cohérence, la flexibilité, la créativité et la pertinence d'une identité visuelle ou d'une communication.
- La force de l'innovation et de l'expérimentation graphique ainsi que le souci du détail.
- La maîtrise d'une présentation de qualité pour convaincre de la pertinence d'une idée.
- La maîtrise des techniques graphiques les mieux appropriées à un projet en fonction de son utilisation, des délais, des budgets et de la cible.
- La réflexion en groupe et le développement des capacités individuelles par l'analyse de différentes productions.
- La participation à des concours, appels d'offres, briefs professionnels...
- La maîtrise des outils techniques et techniques et technologiques contemporains afin de les mettre au service de ses idées.

Méthodes d'enseignements et d'apprentissages

Méthode basée sur une approche essentiellement pratique. Les ateliers seront orientés autour de véritables projets, afin d'acquérir un savoir-faire technique et créatif professionnel.
L'étudiant développera des concepts sous forme de recherches en réponse

à une problématique réelle. Suite à une réflexion collective avec le professeur, l'étudiant finalisera de façon autonome et pertinente ses meilleures idées. Il sera encouragé à innover et à justifier ses choix de direction artistique.
La communication entre les étudiants sera régulièrement favorisée par le biais de corrections collectives qui développeront leurs sens d'analyses et leurs esprits critiques.

Modalités d'évaluation

Les corrections se feront en priorité de façon individuelle afin de guider au mieux chacun des étudiants. Régulièrement des corrections collectives seront mises en place afin de permettre à l'étudiant de se situer par rapport au groupe. L'évaluation se fera de façon continue. L'ensemble des travaux est réévalué lors du jury de fin de session. L'étudiant sera évalué en fonction de la pertinence de ses travaux, de sa créativité, son assiduité, son investissement et son autonomie dans la conception de ses projets.

ESA Tournai

2026-2027

Option
Publicité

Cours
Atelier

Enseignant(s)
Anne Lemaire

Année
BAC 3

Crédits ECTS
3

Volume horaire
90h

Périodicité
Annuelle

Code
43L

Unité d'enseignement
UE15

Langue (s)
Français

Prérequis
UE8
UE9

Corequis
UE24

Acquis d'apprentissage spécifique

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

- L'étudiant préparera ses visuels avec tous les logiciels de PAO, et ses sons avec ITunes, Adobe PremièreCC et Adobe MediaEncoderCC.
- L'étudiant réalisera un projet multimédia (site internet) avec Adobe PortfolioCC ou Readymag, Adobe XD ou Figma, et Adobe DreamweaverCC (exportation et correction du code HTML5)

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 la préparation des médias (images, animations et sons) pour le projet multimédia :

- L'étudiant respectera les formats compatibles.
- L'étudiant hiérarchisera les éléments graphiques.
- L'étudiant recherchera et proposera différentes solutions graphiques, puis choisira celle qui est la plus adéquate avec l'aide du professeur.
- L'étudiant harmonisera les rapports entre les textes / images / sons /animations, dans sa charte graphique.

Dans la réalisation de son site internet personnel :

- L'étudiant inventera un univers graphique dans lequel il intègrera la présentation de tous ses travaux (Book interactif, site web).
- L'étudiant créera une charte graphique originale, riche et adéquate.
- L'étudiant observera et analysera les sites existants.
- L'étudiant créera une arborescence de site pour une navigation claire et captivante de l'internaute.
- L'étudiant respectera la syntaxe HTML5, et la validité du code (W3C), et il utilisera correctement les CSS.

Méthodes d'enseignements et d'apprentissages

Le professeur explique une à une toutes les fonctions de chacun des logiciels abordés. Les étudiants doivent prendre des notes, et essayer en direct les outils et fonctions présentés. Ils sont face à leur écran, le professeur est dans leur 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. Partage des fichiers via Messenger.
Suivi des projets et du TFE, 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 et dans le TFE.

Evaluation permanente par un suivi régulier des projets artistiques demandés (Points réguliers). La moyenne de ces points remis 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.

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.

Pour l'épreuve de juin, le jury devra être constitué exclusivement de membres extérieurs (directeurs artistiques d'agence, photographes, concepteurs / rédacteurs, teams créatifs etc.). Ils devront être au nombre de 7 minimum – les professeurs ne feront pas partie du jury. La procédure reste inchangée par rapport à un jury à distance classique (uniquement composé des professeurs de la section).

La note attribuée à l'étudiant par le jury lui sera communiquée via son adresse mail officielle (prénom.nomdel'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.

ESA Tournai

2026-2027

Option
Publicité

Cours
Atelier Packaging

Enseignant(s)
Denis Scieur

Année
BAC 3

Crédits ECTS
2

Volume horaire
30h

Périodicité
Annuelle

Code
43Q1

Unité d'enseignement
UE15

Langue (s)
Français

Prérequis
Voir détail ci-après

Corequis
Voir détail ci-après

Prérequis : Pour accéder à la troisième année, l'étudiant(e) devra avoir réussi les épreuves artistiques et théoriques de 2ème année.

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

Acquis d'apprentissage spécifique

- Au terme de l'année académique, l'étudiant(e) sera capable d'analyser les choix stratégiques, conceptuels et graphique d'une enseigne internationale à forte concurrence.
- 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 l'évolution d'une gamme de produits en respectant les valeurs historiques de la marque.
- 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 (modification du canal de diffusion, diffusion internationale, modification du mode de consommation)
- Au terme de l'année académique, l'étudiant(e) sera capable de prendre en charge les différents éléments (conceptuels, graphiques, stratégiques et marketing) inhérent la création d'une marque et de sa gamme de produits.

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) d'anticiper les attentes du consommateur, d'identifier/créer de nouveaux besoins. Il permettra à l'étudiant(e) de comprendre les enjeux du design de service et de l'ergonomie globale dans la conception de nouveaux produits. Sur base de ces acquis, l'étudiant(e) apprendra à concevoir un « produit évolutif », à envisager le packaging comme « expérience émotionnelle » et à mesurer son impact sur la démarche de fidélisation (rapport de confiance à la marque). Ces exercices permettront également aux étudiants d'intégrer les compétences développées aux cours de *Concept* et *d'Infographie*.

Programme d'apprentissage :

Seront abordés :

- La force de l'innovation dans le packaging ;
- Stratégies d'entrées sur les marchés ;
- Tendances et évolutions du packaging;

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

- Extension de gamme et positionnement face à la concurrence
- Création d'une marque et de sa gamme de produits dans un contexte global à forte concurrence.

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.

Pour l'épreuve de juin, le jury devra être constitué exclusivement de membres extérieurs (directeurs artistiques d'agence, photographes, concepteurs / rédacteurs, teams créatifs etc.). Ils devront être au nombre de 7 minimum – les professeurs ne feront pas partie du jury. La procédure reste inchangée par rapport à un jury à distance classique (uniquement composé des professeurs de la section).

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 : 50 %
- Q2 : 25%
- Jury de juin : évaluation par un jury externe

ESA Tournai

2026-2027

Option
Publicité

Cours
Atelier/
Image de marque

Enseignant(s)
Denis Scieur

Année
BAC 3

Crédits ECTS
3

Volume horaire
60h

Périodicité
Annuelle

Code
43Q2

Unité d'enseignement
UE15

Langue (s)
Français

Prérequis
Voir détail ci-après

Corequis
Voir détail ci-après

Prérequis : Pour accéder à la troisième année, l'étudiant(e) devra avoir réussi les épreuves artistiques et théoriques de 2ème année.

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

Acquis d'apprentissage spécifique

- Au terme de l'année académique, l'étudiant(e) sera capable d'assumer la gestion complète de l'image d'une marque, d'un produit ou d'un message à véhiculer (capacité à décliner un concept graphique et/ou photographique à travers les différents médias).
- Au terme de l'année académique, l'étudiant(e) sera capable de décliner un concept graphique et/ou photographique dans le cadre d'un événement lié au produit (ou à la marque) ou d'actions marketing précises.
- Au terme de l'année académique, l'étudiant(e) sera capable de construire un argumentaire de présentation de projet et de le défendre face à un auditoire critique.
- Au terme de l'année académique, l'étudiant(e) sera capable de construire une image de marque liée à son propre profil de créatif à travers la création de différents supports de communication (Carte de visite, CV, page web, activation « dynamique » via les réseaux sociaux adéquats) – Ce point précis sera abordé en collaboration avec les cours d'infographie et de graphisme.

Activités d'apprentissage

L'atelier *Image* cherche avant tout à développer la capacité de l'étudiant à exploiter un concept graphique et/ou photographique à travers différentes approches média et différents types d'applications. Nous y mettons en pratique les règles fondamentales liées à la création de campagnes digitales 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,* de *Photo/Photoshop et de graphisme*.

Programme d'apprentissage :

Seront abordés :

- Les étapes clés dans la gestion globale d'un projet de communication
- Décryptage d'un éventuel cahier des charges
- Structuration de la demande et documentation (travail personnel)
- Brainstorming, définition de pistes créatives et premières ébauches (collectif ou en team)
- Sélection de l'approche la plus pertinente sur base d'une présentation collective et d'un débat d'idées.
- Mise place du plan média
- Ajustement du concept choisi et déclinaison pour les différents supports et médias.
- Réalisation

Défense et présentation :

- Structuration et définition des mots clés
- Construction d'un discours basé sur l'historique de l'idée et principe d'adhésion par étapes
- Notions de *storytelling* (études de cas)
- Arborescence et dynamique d'une présentation
- Exercice de défense sur base d'un projet

Self-promotion (avis consultatif sur les projets abordés avec les professeurs de graphisme et d'infographie) :

- Réflexion sur le positionnement créatif de chacun (forces et faiblesses)
- Mise en place d'une charte graphique personnelle
- Création des différents supports de « promotion personnelle »
- Mise en place d'une page web (utilisation des compétences acquises au cours de développement web – HTML, animation)

Méthodes d'enseignements et d'apprentissages

Succession d'exercices de conception et de stratégie. 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 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.

Pour l'épreuve de juin, le jury devra être constitué exclusivement de membres extérieurs (directeurs artistiques d'agence, photographes, concepteurs / rédacteurs, teams créatifs etc.). Ils devront être au nombre de 7 minimum – les professeurs ne feront pas partie du jury. La procédure reste inchangée par rapport à un jury à distance classique (uniquement composé des professeurs de la section).

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 : 50 %
- Q2 : 25%
- Jury de juin : évaluation par un jury externe

ESA Tournai

2026-2027

Option
Publicité

Cours
Atelier Digital
(Web & RS)

Enseignant(s)
Denis Scieur

Année
BAC 3

Crédits ECTS
3

Volume horaire
45h

Périodicité
Annuelle

Code
43QL

Unité d'enseignement
UE15

Langue (s)
Français

Prérequis
Voir détail ci-après

Corequis
/

Prérequis : Pour accéder à la troisième année, l'étudiant(e) devra avoir réussi les épreuves artistiques et théoriques de 2ème année.

Corequis : Pour accéder à la troisième année, l'étudiant(e) devra également avoir obtenu la moyenne dans les cours de *Concept*, *d'Infographie* et *d'Image*.

Acquis d'apprentissage spécifique

- Au terme de l'année académique, l'étudiant(e) sera capable d'élaborer la structure d'un site web (élaboration conceptuelle et graphique).
- Au terme de l'année académique, l'étudiant(e) sera capable d'assumer la promotion et le suivi d'un événement par une utilisation stratégique et créative des canaux de communication digitaux (sur base d'un cahier des charges ou briefing réaliste).
- Au terme de l'année académique, l'étudiant(e) sera capable de construire une stratégie marketing d'activation produit pour une marque spécifique et d'en gérer les retombées par rapport aux objectifs à atteindre.
- Au terme de l'année académique, l'étudiant(e) sera capable (sur base d'un briefing réaliste) de répondre à une problématique de marque exigeant une réaction "événementielle" immédiate sur le web, dans un laps de temps très réduit.

Activités d'apprentissage

L'atelier *Web* cherche avant tout à développer la capacité de l'étudiant à exploiter le potentiel dynamique offert par les canaux digitaux autour d'une marque, un produit ou une cause. Nous y envisageons les aspects purement pratiques liés à la mise en place d'une stratégie web, ainsi que les différentes formes qu'elle peut prendre dans le cadre d'une stratégie marketing globale. Des exercices précis permettront aux étudiants d'élargir leur champ de réflexion et d'y associer les compétences développées aux cours de *Concept*, de *Photo*/Photoshop et *d'infographie*.

Programme d'apprentissage :

Seront abordés :

- Forces, pièges et retombées d'une action de communication sur le web;
- Analyse des résultats (impact et retombées pour la marque)
- Gestion des retombées – réactions et suivi de l'action

Analyse et scénarisation

- Analyse de la cible et de ses attentes
- Définition des objectifs et des limites de la marque
- Elaboration de scénarios possibles (stratégie marketing à l'appui)
- Analyse et élaboration d'une stratégie digitale de promotion
- Production d'un dossier de présentation

Création et production

- Etude de faisabilité et gestion de partenariats
- Création de la charte graphique spécifique et des maquettes (bannières, spots, mini site dédié, applications, action réseaux sociaux, buzz vidéo, street marketing...).
- Gestion du timing et contraintes de production

Méthodes d'enseignements et d'apprentissages

Succession d'exercices de conception et de stratégie avec utilisation des médias «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 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.

Pour l'épreuve de juin, le jury devra être constitué exclusivement de membres extérieurs (directeurs artistiques d'agence, photographes, concepteurs / rédacteurs, teams créatifs etc.). Ils devront être au nombre de 7 minimum – les professeurs ne feront pas partie du jury. La procédure reste inchangée par rapport à un jury à distance classique (uniquement composé des professeurs de la section).

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 décembre (ou janvier) : 50%
- Q2 : 25%
- Jury de juin : évaluation par un jury externe

ESA Tournai

2026-2027

Option
Publicité

Cours
Atelier/Photographie

Enseignant(s)
Barthélémy Decobecq

Année
BAC 3

Crédits ECTS
3

Volume horaire
90h

Périodicité
Annuelle

Code
43S

Unité d'enseignement
UE15

Langue (s)
Français

Prérequis
Photographie BAC 2

Corequis
/

Acquis d'apprentissage spécifique

L'étudiant :

- Réalisera lui-même ses photographies pour ses montages publicitaires.
- Maîtrisera l'ensemble des étapes d'une photographie publicitaire (importance du concept, du décor, du stylisme etc.).

Activités d'apprentissage

- Réalisation de photos « publicitaires » du rought aux retouches.
- Travail à la carte pour aider à la préparation du jury.
- Réalisation d'images en studio pour les différents cours de créativité.
- Déplacement avec l'élève sur les lieux des prises de vues.
- Visites de studios professionnels

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
Histoire et Actualités Des Arts/Art Contemporain

Enseignant(s)
Magali Vangilbergen

Année
BAC 3

Crédits ECTS
2

Volume horaire
30h

Périodicité
Quadrimestrielle

Code
AC43

Unité d'enseignement
UE18

Langue (s)
Français

Prérequis
Histoire de l'art jusqu'aux années 1960

Corequis
/

Acquis d'apprentissage spécifique

Au terme du cours d'art contemporain, l'étudiant :

- S'informe sur le parcours d'artistes actuels et les pratiques de l'art contemporain en lien avec l'évolution de notre société
- S'interroge sur les éléments qui construisent notre goût et nos pratiques culturelles
- Développe une démarche critique et son sens de l'analyse
- Adopte la terminologie adéquate à la description des œuvres étudiées
- Se nourrit des créations abordées au cours, y puise ses sources d'inspiration, y trouve un « tremplin à la créativité »
- Développe sa personnalité artistique en se positionnant dans le champ de l'art actuel.

Activités d'apprentissage

Le cours d'art contemporain se définit selon deux axes :

- Une première approche de l'art contemporain par le biais de grandes figures artistiques qui sont la base d'une réflexion sur les enjeux de l'art actuel
- Une seconde approche de l'art contemporain par le biais de différentes thématiques.

Méthodes d'enseignements et d'apprentissages

- Cours magistral sous forme d'exposés qui prennent principalement appui sur des documents iconographiques
- Lectures et analyses d'articles
- Projection de documentaires analysés et remis dans leurs contextes
- Implication active des étudiants par la remise d'un travail
- Soutien aux cours pratiques

Modalités d'évaluation

Évaluation sur base :

- D'un travail écrit (comparaison critique de deux démarches artistiques contemporaines : l'une d'un artiste étudié au cours et l'autre, d'un artiste hors cours)
- Et d'un examen oral (présentation du travail et mise en perspective avec le cours).

ESA Tournai

2026-2027

Option
Publicité

Cours
Dessin et moyens d'expression/
Rough

Enseignant(s)
Jean-François Damas

Année
BAC 3

Crédits ECTS
2

Volume horaire
90h

Périodicité
Annuelle

Code
DD43

Unité d'enseignement
UE15

Langue (s)
Français

Prérequis
UE8

Corequis
/

Acquis d'apprentissage spécifique

L'étudiant sera capable d'exprimer une idée complexe par le dessin.

Activités d'apprentissage

Analyse d'images, réflexion et expérimentation sur la communication en dessin.
Etude de la planche technique.

Méthodes d'enseignements et d'apprentissages

A chaque cours, exercices à faire sur place, pas de travail chez eux.

L'étudiant travaille sur les briefings donnés et réalise ses propres mises en page, story-board et planches techniques.

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 3

Crédits ECTS
3

Volume horaire
45h

Périodicité
Annuelle

Code
43

Unité d'enseignement
UE21

Langue (s)
Français

Prérequis
UE14

Corequis
/

Acquis d'apprentissage spécifique

L'élève crée, à travers une simulation, son entreprise de publicité et la gère.

Activités d'apprentissage

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 :
1°L'élève maîtrise les réglementations en matière d'environnement, d'aménagement du territoire et de normes en matière d'hygiène, d'implantations commerciales, d'établissement à risque ;
2° L'élève maîtrise les aides publiques, subsides et crédits.

La gestion commerciale :
1° L'élève réalise une étude de marché : 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 ;
3° Il comprend les stratégies commerciales : la gestion des fournisseurs et des clients, la négociation commerciale.

Les aspects comptables, financiers et fiscaux :
1° Il comprend les aspects comptables : utilité de la comptabilité comme outil de gestion, les rubriques d'un bilan et d'un compte de résultat simple, les principaux documents commerciaux et de paiement, le chiffre d'affaires, le cash-flow, les dispositions légales relatives à la comptabilité des PME, le mécanisme de la T.V.A.
2° Il comprend les aspects financiers : la gestion des frais et la rentabilité, … le seuil de rentabilité, … la fixation d'un prix de vente et d'un prix de revient et l'analyse des coûts.

Méthodes d'enseignements et d'apprentissages

Confronter les élèves à la réalité de la gestion de l'exploitation d'une activité indépendante à travers diverses séquences thématiques du cours :

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

Rencontre avec des professionnels de divers secteurs en lien avec la création de petites entreprises :

- 1er contact important avec les professionnels du milieu ;
- Partage d'expériences ;
- Conseils…

Modalités d'évaluation

Gestion de son entreprise en janvier : 30%
Présentation d'un Plan d'Entreprise en juin : 70%

ESA Tournai

2026-2027

Option
Publicité

Cours
Techniques & technologies/ Marketing (Gestion)

Enseignant(s)
Bruno Boulanger

Année
BAC 3

Crédits ECTS
2

Volume horaire
60h

Périodicité
Annuelle

Code
GC43

Unité d'enseignement
UE16

Langue (s)
Français

Prérequis
Marketing (Gestion) BAC 1

Corequis
/

Acquis d'apprentissage spécifique

Au terme de l'année académique, l'étudiant pourra comprendre les principales stratégies de communication, exploitera adéquatement les méthodes d'exploration en fonction des objectifs de communication, des niveaux de communication et du Branding. Il sera également en mesure d'élaborer une Copy Strategy.

Activités d'apprentissage

- Aperçu des stratégies de communication et des méthodes d'exploration, des objectifs de communication, des niveaux de communication et du Branding.
- Elaboration d'une Copy Strategy.

Méthodes d'enseignements et d'apprentissages

Cours pratique ponctué de nombreux exercices de conception rapide et de présentation stratégique en relation étroite avec les exercices donnés en Atelier de Copywriting et avec la conception du Mémoire et du Travail de Fin d'Etudes.

Modalités d'évaluation

L'évaluation se fait par la remise d'un dossier lors de chaque session. Ce dossier comporte les résultats des exercices de conception rapide abordés au cours ainsi que la réalisation des sujets sélectionnés. Il compte pour 50% des points en décembre et 50% en mars (avant le départ en stage).

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 3

Crédits ECTS
3

Volume horaire
45h

Périodicité
Quadrimestrielle

Code
HS43

Unité d'enseignement
UE17

Langue (s)
Français

Prérequis
/

Corequis
/

Acquis d'apprentissage spécifique

Analyse de la situation post-moderne en art.

Activités d'apprentissage

Sur une période allant de 1945 aux années 80, ce cours d'histoire de l'art reprend l'arborescence, la structure moderne par excellence pour parcourir l'écheveau post-moderne ; prémisse de l'art contemporain, basant l'étude sur les arts plastiques, ce cours reprend toutes les tendances esthétiques de l'après-guerre en Europe et aux États-Unis.

Méthodes d'enseignements et d'apprentissages

Cours théorique ex-cathedra

Modalités d'évaluation

Travail à remettre

ESA Tournai

2026-2027

Option
Publicité

Cours
Sciences humaines et sociales/Littérature

Enseignant(s)
Hugues Robaye

Année
BAC 3

Crédits ECTS
3

Volume horaire
45h

Périodicité
Quadrimestrielle

Code
LI43

Unité d'enseignement
UE19

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 littéraires complexes l'articulation du sens et sa progression, de repérer les spécificités de la langue des auteurs abordés, l'expression spécifique de leur vision du monde.

De présenter certaines personnalités importantes dans le domaine de la création littéraire appliquée à la compréhension du monde contemporain.

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 aux formes d'expression subtiles présentes dans les textes littéraires.

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.

Acquis d'apprentissage

Le cours de littérature aborde une double thématique : l'écriture autobiographique et l'écriture de voyage, à partir d'une articulation de textes d'auteurs contemporains et du passé (choisis la plupart du temps en fonction du lien étroit qu'ils tissent entre leur écriture et leur existence, constituant des sortes de « modèles » de comportement dans le monde, susceptibles d'inspirer les étudiants) permettant à l'étudiant de se situer dans une réflexion sur le monde contemporain, ses formes de développement diverses, les questions écologiques qui y sont liées et sur l'apport des différentes cultures aux relations avec le vivant compris dans le sens de l'ensemble des écosystèmes en relations mutuelles.

Le cours intègre aussi l'étude d'une forme particulière de création littéraire, la chanson, à travers des œuvres illustrant les deux thématiques.

Méthodes d'enseignement et d'apprentissage

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

Modalités d'évaluation

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

ESA Tournai

2026-2027

Option
Publicité

Cours
Techniques et technologies/Storyboard

Enseignant(s)
Jean-François Damas
Bruno Boulanger

Année
BAC 3

Crédits ECTS
2

Volume horaire
30h

Périodicité
Annuelle

Code
SB43

Unité d'enseignement
UE16

Langue (s)
Français

Prérequis
UE9

Corequis
UE1

Acquis d'apprentissage spécifique

L'étudiant sera capable d'utiliser les différentes techniques du storyboard au profit de ses idées.

Activités d'apprentissage

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

Méthodes d'enseignements et d'apprentissages

A chaque cours, exercices à faire sur place. L'étudiant réfléchit aux briefings donnés, réalise et présente oralement le story-board.

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
Suivi de mémoire/théorie

Enseignant(s)
Bruno Boulanger

Année
BAC 3

Crédits ECTS
4

Volume horaire
30h

Périodicité
Annuelle

Code
SM43

Unité d'enseignement
UE24

Langue (s)
Français

Prérequis
/

Corequis
UE15

Acquis d'apprentissage spécifique

Au terme de l'année académique, l'étudiant prouvera qu'il est capable de rassembler et de comprendre les données théoriques nécessaires à l'élaboration d'une campagne publicitaire pour un annonceur réel possédant un minimum de concurrence et pour lequel un potentiel de créativité publicitaire est clairement décelable. Il pourra s'agir de l'étude d'un produit, d'un service, d'un secteur, ou d'un organisme défendant une cause.

L'étudiant prouvera également qu'il est capable de mettre en pratique toutes les connaissances qu'il a reçues lors de ses 3 années d'études et qu'il est en mesure d'argumenter tous les choix qu'il prendra lors du développement de son TFE (Travail de Fin d'Etudes).

Activités d'apprentissage

- Analyse d'un produit ou d'un service pour lequel la communication en place est inexistante, inadéquate, incohérente, démodée, ou à améliorer.
- Argumentation et justification du sujet, analyse de la concurrence, élaboration d'une stratégie basée sur des objectifs publicitaires précis et présentation et défense de la stratégie et de la campagne qui en découle.

Méthodes d'enseignements et d'apprentissages

Suivi individuel au rythme des recherches de l'étudiant et dans l'intérêt du projet professionnel visé par celui-ci.

Modalités d'évaluation

Le suivi est hebdomadaire et l'évaluation est divisée en deux parties : l'évaluation du mémoire par le promoteur et les deux lecteurs (25% chacun, soit 75% au total), l'évaluation de l'élaboration du mémoire ainsi que le respect des consignes de structuration et de présentation (25%).

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

ESA Tournai

2026-2027

Option
Publicité

Cours
Sociologie

Enseignant(s)
Jean-Paul Jacquet

Année
BAC 3

Crédits ECTS
3

Volume horaire
45h

Périodicité
Quadrimestrielle

Code
SO43

Unité d'enseignement
UE20

Langue (s)
Français

Prérequis
/

Corequis
/

Acquis d'apprentissage spécifique

Sensibiliser et chercher à comprendre la fonction de l'œuvre d'art à travers la compréhension de ceux qui l'on créée et de ceux qui la présente.
Etudier ses relations avec les sphères politiques et celles du commerce.
Expliquer l'œuvre d'art en cernant comment le public la reçoit et la perçoit.

Activités d'apprentissage

Première partie : Histoire du statut de l'artiste et des systèmes de présentation de l'objet artistique, du lieu de culte aux institutions muséales, de l'antiquité à la période contemporaine.

Deuxième partie : Analyse des différentes sphères du domaine des arts plastiques ; l'artiste, les pouvoirs publics, le marché de l'art, les galeries, les grandes expositions, les lieux alternatifs, la presse écrite et audiovisuelle.
Si ces analyses relèvent d'une synthèse des écoles de sociologie, on pourra néanmoins y remarquer une prédominance sur l'approche de Pierre Bourdieu, modèle du genre avec, entre autres, son ouvrage sur Manet, analyse la plus probante d'une sociologie de l'art.

Troisième partie : Un travail sur le terrain, sur base de rencontres – entrevues avec des protagonistes du monde de l'art sera demandé aux étudiants ayant pour but l'analyse d'une des sphères de production ou de réception 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
Stages

Enseignant(s)
Denis Scieur
Benoît Menetret

Année
BAC 3

Crédits ECTS
2

Volume horaire
30h

Périodicité
Quadrimestrielle

Code
ST43

Unité d'enseignement
UE22

Langue (s)
Français

Prérequis
Voir détail ci-après

Corequis
/

Prérequis : Pour accéder à la troisième année, l'étudiant(e) devra avoir réussi les épreuves artistiques et théoriques de 2ème année.

Acquis d'apprentissage spécifique

- Au cours de l'année académique, l'étudiant(e) sera capable de réaliser une étude de profil d'agence afin d'en dégager la philosophie et les attentes.
- Au cours de l'année académique, l'étudiant(e) sera capable de réaliser son book et de l'adapter en fonction du profil d'agence sollicitée.
- Au cours de l'année académique, l'étudiant(e) sera capable de contacter et d'obtenir un entretien auprès des plus grandes agences de communication actives sur le marché.
- Au cours de l'année académique, l'étudiant(e) sera capable de défendre son book auprès des agences grâce à un argumentaire construit et adapté aux attentes du métier.
- Au cours de l'année académique, l'étudiant(e) aura obtenu et prestera un stage d'une durée de deux mois au moins.

Activités d'apprentissage

Le cours de *Stage* permettra à l'étudiant(e) de se composer un book professionnel adapté aux attentes des meilleures agences.

Programme d'apprentissage :

Seront abordés :

- Comment solliciter une agence afin d'obtenir un stage (présentation, motivation) ?
- L'importance de connaître l'agence que l'on sollicite (ses budgets, son actualité, sa philosophie etc)
- Comment aborder un entretien ?
- La construction d'un argumentaire créatif (storytelling, principe d'adhésion par étapes, etc.) et l'importance de la pertinence du discours (défense de son book par exemple).
- Le comportement professionnel attendu en agence (proactivité, esprit d'ouverture, réaction à la critique).
- Fantasmes et réalité. Petit tour d'horizon du métier. Une certaine « coolitude » est souvent entretenue autour de ce métier.

Suivi de stage : Durant la période de stage, une visite individuelle 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.

Méthodes d'enseignements et d'apprentissages

Une fois abordés les différents points/conseils/pièges liés aux stages et plus largement aux entretiens professionnels, le cours prend la forme plus libre d'un *questions/réponses*. Un dialogue ouvert durant lesquels les

étudiant(e)s peuvent poser les questions qu'ils souhaitent. Des entretiens individuels sont également proposés afin de résoudre les problèmes de chacun. Ces entretiens permettent d'assurer à chaque étudiant(e) de disposer d'un book qui valorise son savoir-faire et qui soit en phase avec les attentes du métier.

Enfin, des *simulations* d'entretiens sont pratiquées lors des cours et permettent à chacun d'évaluer son propre niveau. Ces simulations prennent plusieurs formes :

- Présentation du book par l'étudiant
- Questions sur la motivation et les attentes du postulant
- Questions sur le métier

Modalités d'évaluation

Premier quadrimestre
Les évaluations sont effectuées sur base de :

- 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.

Second quadrimestre
Après deux mois en agence, l'étudiant(e) 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 (ou de présentation orale)
- 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

Télétravail et évaluation à distance

Si des conditions particulières venaient à l'exiger, le stage pourra être (partiellement ou totalement) presté en télétravail. La structure d'accueil de l'étudiant reste en effet maîtresse de la méthode de travail imposée au stagiaire. Dans ce cas précis, et selon la durée de la période de télétravail, une évaluation à distance sera mise en place en accord avec chaque responsable de stage en entreprise. L'étudiant devra, pour sa part, envoyer son rapport de stage pour une date précise (après deux mois de travail/télétravail en agence).

Ce rapport de stage sera envoyé en format vidéo. L'évaluation de ce rapport de stage sera effectuée sur base de critères précis :

- Présentation générale
- Qualité de la présentation orale
- Documentation et explicatifs
- Pertinence de la réflexion globale et des conclusions

- Respect du délai de production du rapport de stage

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

- Q1 : 25%
- Q2 : 75%