

Responsable UE
Célia Charbaut

Président de jury
Roland Decaudin

Secrétaire de jury
Dominique Mangon

Contact
service.etudiants@saint-
luc.be
+32 4 341 81 33

Bloc 1 • Cycle 1 • Niveau 6 du CFC

UE donnée en Français • Obligatoire • Premier quadrimestre
4 crédits • 80 points • 60 heures

Activité.s d'apprentissage

R1020 - Sciences humaines et sociales psychologie

4 crédits • 80 points • 60 heures • Charbaut Célia

Acquis d'apprentissage

Au terme du cours de **psychologie**, l'étudiant est capable de :

- Démontrer sa connaissance des concepts, théories, explications données au cours
- Appliquer cette connaissance à des situations semblables à celles expérimentées au cours.

Calcul de la note de l'unité d'enseignement

Cette unité d'enseignement étant composée d'une seule activité, la note finale correspond au résultat obtenu pour le cours.

Compétences

Cette unité contribue à notre profil d'enseignement en participant au développement des compétences suivantes:

C1 C9 de notre référentiel interne.

Objectifs

Le cours de psychologie doit permettre aux étudiants de :

- Développer une vision critique sur la publicité , qui se traduit par être capable de reconnaître, nommer, comparer des concepts de psychologie qu'elle mobilise.
- Déceler le contexte culturel qui accueille et norme la psychologie qui se traduit par être capable d'expliquer les croyances, les contraintes, les symboles, les intentions, les tensions à l'œuvre dans la discipline.
- S'ancrer à son territoire qui se traduit par être capable d'identifier dans sa ville la matérialisation d'une problématique vue au cours.
- Se projeter dans sa pratique et sa zone d'action individuelle et collective qui se traduit par être capable de mener lors de projets d'ateliers une réflexion étayée en lien avec la théorie et d'explicitier et documenter les liens établis.

Contenu

Calendrier

Intro psychologie et pub, définition de la psychologie

Chapitre 1 Psychologie individuelle

Psychoanalyse Freud . modernité postmodernité. comment la publicité mobilise les concepts d'inconscient, ça, moi, surmoi.

Psychoanalyse Jung, contes de fées et leur usage dans la publicité

Psychologie du développement. les balises de la publicité concernant les enfants.

Chapitre 2 Psychologie systémique

Définition

Dynamique de groupe. analyse de la cohésion du groupe classe.

Systemique des organisations.

Chapitre 3 psychologie sociale

Définition

Travaux de groupe vidéos sur:

comment je vois le monde, ce que les autres me font, comment je change les autres et illustration par des publicités.

Psychologie des foules. comment la publicité provoque parfois des mouvements de foule.

Chapitre 4 Psychologie de l'environnement

Comment l'environnement me change. notion d'ecoanxiété. notions de psychologie de l'espace et des couleurs.

Comment je change l'environnement. analyse critique du green washing. théories du changement, les leviers de l'action. goodvertising.

Questions réponses, préparation examen, questions / portfolio

Méthode d'enseignement et d'apprentissage

cours en présentiel. cours en virtuels. visites et enquêtes de terrains.

Articulation individu, collectif

- Partir de soi, ses représentations pour permettre un apprentissage en auto-socio-construction des savoirs.
- Apprendre aux autres et avec les autres lors d'exercices d'analyse.
- Réaliser un portfolio des étonnements et apprentissages comme média d'évaluation.
- Lors de séquences en cours inversé, (présentation de la théorie avant le cours) solliciter des groupes pour la présentation de la théorie sous forme de vidéo.

Complémentarité entre disciplines

- Éclairage systématique du cours par les publicités.
- Se relier au cours d'atelier pour pousser plus loin le questionnement et le processus créatif.

Participation

- Proposer aux étudiants qu'ils fournissent des illustrations du cours par la publicité.
- Proposer aux étudiants de réaliser une partie de l'évaluation par la création d'une banque de questions ouvertes.

Coopération

- Réaliser des travaux en groupe pour illustrer le cours.
- Varier les manières de se grouper afin d'être amené à travailler avec divers profils.

Pensée critique, complexe: Projeter les étudiants dans hier, aujourd'hui, demain, ailleurs. notion de responsabilité sociétale en temps que super communicateur.

- Inviter chaque étudiant à se positionner sur « moi, dans tout ça, ma zone d'action individuelle et collective » notamment à travers ses réalisations concrètes en ateliers.

Bibliographie

vidéographie. sites:

datagueule
fouloscopie
fabien olicard
gaelle engelberts
la tronche en biais

julien bresse

...

articles utilisés au cours.

Codex des biais cognitifs.

<https://www.penser-critique.be/codex-des-biais-cognitifs/>

faire craquer le surmoi

<https://jetudielacom.com/surmoi-et-publicite/>

freud, la psychanalyse et la publicité

<https://griottine24.wordpress.com/2014/04/17/freud-la-psychanalyse-et-la-publicite/>

les contes de fee revisités par la publicité

<https://com-gom.com/les-contes-de-fees-revisites-par-la-publicite/>

sémiotique de la marque: l'utilisation des contes de fee en publicité

<https://theconversation.com/semiotique-de-la-marque-lutilisation-des-contes-en-publicite-78944>

La publicité?

<https://www.psychologie-sociale.com/index.php/fr/dossiers-de-lecture/24-la-publicite>

Apports de la psychologie dans la publicité : quel impact sur le comportement d'achat des consommateurs ?

<http://www.eepsys.com/fr/apports-psychologie-dans-publicite-impact-sur-comportement-achat-consommateurs/>

Publicité pour enfants, comprendre ses dangers

<http://psy-enfant.fr/publicite-enfant-dangers/>

Changer les comportements

<https://www.symbioses.be/pdf/70/symbioses-70.pdf>

comment concilier publicité et transition écologique

<https://www.hellocarbo.com/blog/reduire/publicite-ecologique/>

la publicité en pleine transition écologique

<https://jai-un-pote-dans-la.com/la-publicite-en-pleine-transition-ecologique/>

Mode d'évaluation pratiqué

évaluation examen

1) Travail de groupe à remettre.

sous la forme d'un portfolio reprenant les étonnements, ce qui a été appris, quoi en faire dans la pratique, l'illustration par des publicités, pour chaque chapitre et sous chapitre, sous forme de **mind map**.

10/20

évaluation continue

2) Réalisation de capsules vidéos sur la psychologie sociale 4/20

3) Réalisation de 4 contrôles écrits récapitulatifs des 4 chapitres en cours ou en devoir virtuel.
4/20

4) participation au cours et rendu des préparations demandées (recherches documentaires, illustrations, préparations de points théoriques...) 2/20

10/20

à priori, par la présence au cours et le rendu des travaux les étudiants arrivent en situation de réussite à l'examen mais obligation de rendre le travail requis.

pour les 2ièmes et 3ième sessions de rattrape, un commentaire de texte sur la psychologie et la publicité (un choix d'articles est proposé) est demandé qui permet de faire des liens avec des concepts vus au cours.

Support de cours

Support de cours : vous pouvez vérifier si un support de cours est requis pour ce cours sur MyIntranet > mes études > mes cours