

Responsable UE

Maria Cannella

Président de jury

Roland Decaudin

Secrétaire de jury

Dominique Mangon

Contact

service.etudiants@saint-

luc.be

+32 4 341 81 33

Bloc 3 • Cycle 1 • Niveau 6 du CFC

UE donnée en Français • Obligatoire • Second quadrimestre

18 crédits • 360 points • 150 heures

Corequis : 3R200 Atelier de l'option

Activité.s d'apprentissage

R3150 - Rapport écrit

4 crédits • 80 points • 0 heures • Cannella Maria

R3602 - Atelier publicité(jury)

12 crédits • 240 points • 120 heures • Cannella Maria, Albert Vincent

R3603 - Marketing spécifique à la publicité

2 crédits • 40 points • 30 heures • Fucks Nathalie

Acquis d'apprentissage

Par le **rapport écrit** qui accompagne le travail artistique de fin d'études, l'étudiant démontre qu'il est capable de :

- Produire un travail écrit structuré en veillant à respecter les règles orthographiques, grammaticales et les divers contraintes (syntaxe, sommaire, bibliographie, mise en forme,...)
- Rédiger un travail de fin d'études en relation avec son travail de jury artistique, en veillant à contextualiser son projet publicitaire et à expliquer de façon critique sa démarche artistique et créative.
- Démontrer son autonomie au travers de ses rencontres avec son promoteur (organisation, gestion du temps/suivi)

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

- Contextualiser, à travers son dossier, son sujet de fin d'année en veillant à identifier les stratégies marketing
- Rédiger la stratégie de communication relative à son sujet de fin d'année
- Mobiliser ses connaissances marketing pour critiquer diverses analyses de cas.

Par le **travail artistique de fin d'études**, l'étudiant démontre qu'il est capable de :

- Réaliser une campagne publicitaire intégrée et innovante fondée sur une analyse marketing
- Finaliser la campagne publicitaire en maîtrisant les techniques numériques
- Présenter et argumenter ses choix créatifs et stratégiques devant un public de professionnels

Calcul de la note de l'unité d'enseignement

Le travail de fin d'études d'un bachelier se compose d'une production artistique et d'un rapport écrit qui traite d'une thématique en lien avec le projet artistique de fin d'études. La production artistique est évaluée par un jury externe exclusivement.

La note finale de l'UE "TFE" correspond à la moyenne des résultats obtenus aux différents cours qui composent l'UE, pour autant que la note du jury artistique soit d'au moins 10/20. Si ce seuil de réussite n'est pas atteint pour le jury artistique, la note de l'UE sera de 0. En cas d'échec, aucune des activités qui composent l'UE "TFE" ne peut être représentée en seconde session.

Le travail artistique de fin d'études est évalué par un jury externe, c'est-à-dire un jury majoritairement composé de membres extérieurs à l'ESA. Les enseignants qui ont assuré l'enseignement dans le cours au jury participent à titre consultatif seulement, ils n'évaluent pas les étudiants. Seuls les travaux supervisés de façon régulière par au moins l'un des professeurs d'atelier seront présentés le jour du jury externe.

Le travail artistique représente pour l'étudiant l'opportunité de démontrer et de mettre en valeur ses acquis et son engagement artistique. Il se veut être l'aboutissement de ses 3 années d'études en publicité.

Le projet artistique en Publicité consiste en:

- **un jury imposé** qui se veut être le reflet de la réalité professionnelle du publicitaire. L'étudiant doit ainsi être capable de répondre à une demande avec des contraintes spécifiques au métier. Ce jury se réalise en binôme afin de développer leurs capacités d'écoute et de collaboration.

-**un book d'idées** se centre sur le cœur de métier du publicitaire : la créativité. L'étudiant proposera un maximum de concepts créatifs sous forme de rough afin de répondre aux attentes demande du monde professionnel

-**un jury libre** est fonction des intérêts et des motivations personnels de l'étudiant. Celui-ci doit mener ce projet dans ses dimensions marketing, stratégique, conceptuelle. Il est attendu que ce projet développe une approche 360° de la communication

L'étudiant présente donc oralement et visuellement:

- Un jury libre : création d'une campagne publicitaire 360°, fruit de sa réflexion stratégique (validation du sujet par les professeurs de bac 3)
- Un jury imposé : en team (binôme). Création d'une campagne publicitaire axée sur la communication digitale, présentée sous forme de vidéo.
- Un book d'idées : L'étudiant propose sous forme de rough des idées différentes en lien avec 5 annonces différentes.

Les travaux non supervisés par les professeurs d'atelier ne pourront être présentés lors du jury externe.

Le travail écrit de fin d'études est évalué par le jury d'évaluation du rapport écrit. Il se compose d'un promoteur et d'un lecteur, désigné par le promoteur. La pondération ; chaque note contribue dans les mêmes proportions pour la note finale du rapport écrit.

Un écrit non déposé dans les délais impartis sera sanctionné de la mention non présenté : 0/20

Cet écrit se centre sur l'analyse critique de la communication du client et du secteur en général du sujet libre afin de permettre à l'étudiant d'élaborer la stratégie publicitaire adéquate.

Celui-ci présente également la démarche artistique (processus créatif et idées) et le concept retenu. L'ensemble de ses choix est argumenté sur base de sa réflexion stratégique. Cet écrit proposera en prélude de l'analyse critique une synthèse marketing pour permettre aux promoteurs et lecteurs d'appréhender le sujet d'analyse.

Compétences

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

C1 C2 C3 C4 C5 C6 C7 de notre référentiel interne.

Objectifs

- Produire un travail écrit structuré en veillant à respecter les règles orthographiques, grammaticales et les divers contraintes (syntaxe, sommaire, bibliographie, mise en forme...).
- Rédiger un travail de fin d'études en relation avec son travail de jury artistique, en veillant à contextualiser son projet et à expliciter de façon critique sa démarche artistique.
- Démontrer son autonomie au travers de ses rencontres avec son promoteur (organisation, gestion du temps/suivi)

Contenu

- Sommaire
- Introduction
- Synthèse marketing
- Analyse de la communication
- Analyse de la cible
- Démarche créative
- Développement des pistes créatives
- Concept final
- Conclusion
- Bibliographie
- Annexes

Méthode d'enseignement et d'apprentissage

Suivi individuel par les promoteurs

Mode d'évaluation pratiqué

voir grille d'évaluation jointe <http://intranet>

Le jury d'évaluation du travail écrit se compose du promoteur et du lecteur. La pondération : chaque note contribue dans les mêmes proportions pour la note finale.

L'UE TFE ne peut faire l'objet d'une seconde session. Les deux éléments qui composent cette UE ne sont pas sécables.

Le rapport écrit doit être remis en version électronique et en version papier.

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

Objectifs

La fiche est commune à tous les enseignants intervenant dans l'atelier.

L'étudiant doit être capable de:

- Réaliser une campagne publicitaire intégrée et innovante fondée sur une analyse marketing.

Contenu

Jury imposé:

Création d'une campagne publicitaire axée sur la communication digitale, présentée avec un caneva imposé. Travail en team.

Jury libre:

Création d'une campagne publicitaire 360°, fruit d'une réflexion stratégique. Travail individuel.

Méthode d'enseignement et d'apprentissage

Méthodes:

- Suivi individuel.
- Suivi de groupe.
- Suivi avec la participation de membres extérieurs issus du domaine professionnel.

Mode d'évaluation pratiqué

Jury imposé : 1/3 des points

Jury libre : 2/3 des points

En cas de force majeure, le suivi du jury de fin d'année se ferait via mail et vidéoconférence. L'évaluation de celui-ci serait organisée via vidéoconférence avec dépôt du travail sous forme de fichiers numériques sur une plateforme choisie de commun accord minimum 1 jour avant la défense. La défense du travail se ferait également via vidéoconférence avec la participation de membres de jury composés de professionnels.

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

Objectifs

La fiche est commune à tous les enseignants intervenant dans l'atelier.

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

Objectifs

Au terme de cette activité d'apprentissage, l'étudiant est capable:

- d'argumenter son briefing.
- de caractériser sa cible de communication.
- de démontrer la cohérence globale de son projet tant au niveau stratégique que créatif.
- de porter un regard critique sur sa proposition créative et la stratégie poursuivie.

Contenu

Le contenu dépend du projet de l'étudiant et du contexte marketing du produit ou service à promouvoir.

Méthode d'enseignement et d'apprentissage

Le "cours" de marketing a pour ambition d'accompagner la réflexion de l'étudiant dans son projet de fin d'études.

Il se compose de suivi individualisé et de rencontres collectives durant les séances d'ateliers.

Mode d'évaluation pratiqué

L'évaluation porte sur:

- les acquis d'apprentissage énoncés dans la rubrique "objectifs" lors d'un entretien individuel à distance (50% des points).
- l'autonomie de l'étudiant, son analyse réflexive (évaluée lors des suivis avec les professeurs d'atelier) lors des suivis avec les professeurs d'atelier via Teams.

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