

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 et décryptage d'outils systémiques mobilisés dans la publicité.

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

Systémique des organisations, réflexion sur le travail et ce qu'il nous fait d'un point de vue psychologique.

Chapitre 3 psychologie sociale

Définition

Travaux de groupe et réalisation de 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 joue sur la psychologie des foules.

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. pourquoi on sait mais qu'on ne fait rien, les biais cognitifs, le bug humain.

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

moukheiber

de dicto

arte

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 fée 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 fée 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 pratique

l'évaluation comprend 4 volets

- 1) 4 contrôles écrits individuels, réalisés à l'issue des 4 chapitres. 4/20 cote individuelle (chaque contrôle réussi valant donc pour 1 point) créer des questions ouvertes
 - 2) Réalisation en sous groupe d'une capsule vidéo sur l'une des 3 thématiques de psychologie sociale 4/20 cote collective
 - 3) commentaire écrit individuel sur base d'un article sur la psychologie et la publicité, choisi parmi une liste donnée, qui explicite 5 liens à faire issu de l'article choisi avec 5 concepts vus au cours. le commentaire comporte une introduction qui explique le choix de l'article, une conclusion qui expose ce que cette réflexion permet pour sa pratique. 1 page R/V A4 format pdf. ce commentaire est à rendre le jour de l'examen. 6/20 cote individuelle
- les critères pour l'évaluation des travaux portent sur la pertinence de la mobilisation des concepts vus au cours, l'adéquation des publicités choisies pour illustrer les concepts, la clarté et la justesse d'expression, la mobilisation de l'esprit critique, l'appropriation des concepts pour alimenter sa pratique.
- 4) répondre à l'oral aux questions ouvertes issues de la banque de questions constituée lors de interros 6/20 cote individuelle

pour les 2ième et 3ième sessions seul le commentaire est à rendre, les points 1 et 2 étant liés à la présence au cours.

- eee avec un forms.

Support de cours

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