

**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  
2 crédits • 40 points • 30 heures

## Activité.s d'apprentissage

**R1218 - Sciences humaines et sociales - psychologie**  
2 crédits • 40 points • 30 heures • Charbaut Célia

## Acquis d'apprentissage

Au terme de l'UE 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 C2 C6 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 les 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'expliciter et documenter les liens établis.

### Contenu

Suite à l'intro sur la psychologie et pourquoi elle est importante dans la pub, suivent 4 chapitres.

Chapitre 1 Psychologie individuelle (freud, modernité postmodernité, jung, psychologie du développement)

Chapitre 2 Psychologie systémique (dynamique de groupe, communication systémique)

Chapitre 3 psychologie sociale (psychologie du consommateur, normes sociales)

Chapitre 4 Psychologie de l'environnement (les leviers de l'inaction, les leviers de changements les enjeux de la transition et du dd dans le secteur de la publicité)

### 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.
- 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 détaillée dans chaque chapitre

Articles actualisés chaque année

## Mode d'évaluation pratique

Pour le q1, l'évaluation comprend 3 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)
- 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 la pratique. 1 page R/V A4 format pdf. ce commentaire est à rendre le jour de l'examen par mail.

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.

ce travail individuel vaut pour 12/20 points.

- un forms sur l'utilisation de l'ia doit être rempli par tout étudiant
- le cours fait l'objet d'une évaluation des enseignements par forms

Pour les q2 et q3, seule la partie 3 est demandée.

## 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