

### 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

16 crédits • 320 points • 150 heures

Corequis : 3R501 Atelier de l'option

## Activités d'apprentissage

### R3150 - Rapport écrit

4 crédits • 80 points • 0 heures • Cannella Maria

### R3603 - Marketing spécifique à la publicité

2 crédits • 40 points • 30 heures • Fucks Nathalie

### R3652 - Publicité atelier (jury)

10 crédits • 200 points • 120 heures •

## Acquis d'apprentissage

Au terme de cette UE, l'étudiant est capable de :

- Réaliser une campagne publicitaire intégrée et innovante .

Au terme du cours d'atelier, l'étudiant est capable :

- Présenter et argumenter ses choix créatifs et stratégiques devant un public de professionnels
- Finaliser la campagne publicitaire en maîtrisant les techniques numériques

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.

## 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 correspondra à la note obtenue au jury artistique. 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 C8 C9 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

---

Ecrit centré sur:

la recherche créative de l'étudiant.

Ecriture de sa démarche artistique, de la recherche des idées à la formulation de concepts.

Ecriture de l'intention du développement stratégique du projet.

Cet écrit doit refléter l'analyse réflexive et l'esprit critique de l'étudiant.

## Méthode d'enseignement et d'apprentissage

---

Un module sur le rapport écrit est enseigné au cours de marketing.

Il permet d'initier l'étudiant au travail d'écriture.

Un suivi individualisé est pris en charge par le promoteur.

## 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

---

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

- Construire et **argumenter un briefing de communication publicitaire** fondé sur une connaissance approfondie de la marque ou de la cause sociale
- Définir et **caractériser une cible de communication pertinente**, en cohérence avec les enjeux identifiés
- Concevoir une **campagne publicitaire cohérente**, articulant stratégie de communication et propositions créatives
- Justifier ses choix créatifs au regard de la stratégie poursuivie et de l'identité de la marque ou de la cause
- Porter un **regard critique et réflexif** sur son projet, tant sur le plan stratégique que créatif

### Contenu

---

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

Les apports communs sont :

- Rappels méthodologiques sur la **construction d'une campagne publicitaire**
- Apports stratégiques sur la **cohérence marque / message / création**
- Accompagnement dans la **traduction créative des enjeux stratégiques**
- Outils d'analyse et de justification des choix créatifs
  
- Mise en perspective des propositions avec les **réalités professionnelles du secteur**
- Cette activité vise à placer l'étudiant en situation de concepteur et stratège, capable d'articuler analyse, stratégie et création, et de défendre ses choix de manière argumentée, dans une logique de professionnalisation

### 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.

L'enseignement repose sur une **pédagogie de projet**, menée en **travail individuel**, et s'appuie sur un **double accompagnement pédagogique** :

- **Apports conceptuels et méthodologiques** en cours (stratégie de communication, briefing, cohérence marque/création)
- **Encadrement en ateliers** orienté vers la conception créative et la mise en forme des propositions
- **Suivi individualisé** permettant l'ajustement progressif du projet
- **Échanges critiques et argumentés** entre l'étudiant et l'équipe pédagogique

Cette articulation vise à confronter l'étudiant à un **regard stratégique et créatif complémentaire**, proche des conditions professionnelles.

## 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

