

**Responsable UE**  
Marie-Paule Henry

**Présidente de jury**  
Fabienne Pironet

**Secrétaire de jury**  
Léa Vidick

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

**Bloc 1 • Cycle 1 • Niveau 6 du CFC**

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

## Activité.s d'apprentissage

**D1021 - Sciences humaines et sociales - psychologie partie 1**

2 crédits • 40 points • 30 heures • Golenvaux Dorothée

**D1022 - Sciences humaines et sociales - psychologie partie 2**

2 crédits • 40 points • 30 heures • Henry Marie-Paule

## Acquis d'apprentissage

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

- Utiliser les grands concepts de la psychologie pour expliquer le comportement humain en général et dans une relation de persuasion, en formulant une analyse et les solutions à un problème donné
- Comprendre l'importance de la culture dans la psychologie des individus et des sociétés en analysant des manières de vivre et/ou des productions culturelles et artistiques
- Démontrer sa connaissance de l'état du savoir actuel sur la créativité en l'appliquant à des situations semblables à celles vues au cours

## Calcul de la note de l'unité d'enseignement

Cette unité d'enseignement étant composée de plusieurs activités, la note finale correspond à la moyenne arithmétique des résultats obtenus pour chaque cours, pour autant que les résultats obtenus soient supérieurs à 7/20 pour chacun des cours.

**Lorsqu'une note de cours est inférieure ou égale à 7/20, un diminuteur s'applique au résultat de la moyenne obtenue.** La valeur du diminuteur équivaut à l'écart de point(s) obtenu entre la note d'échec et le seuil de réussite (10/20).

À titre d'exemple: si un étudiant obtient une cote de 7/20 à une activité d'enseignement d'une UE et si la moyenne obtenue pour cette UE est de 13/20, l'étudiant se voit retirer 3 points à la note finale et obtient seulement 10/20. Si sa cote est de 6/20 pour l'activité d'enseignement et que sa moyenne est de 13/20, il obtient seulement 9/20 pour cette UE.

Si, au sein d'une même UE, plusieurs résultats sont inférieurs ou égaux à 7/20, la réduction n'est appliquée qu'une seule fois mais sur base de la note la plus basse (voir règlement des études).

## Compétences

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

C3 C4 de notre référentiel interne.

### Objectifs

---

Comprendre, connaître, savoir expliquer et utiliser des recherches scientifiques sur le thème de l'inventivité

### Contenu

---

#### I. DE LA CRÉATIVITÉ A L'INVENTIVITÉ

##### TERMINOLOGIE

1. Les définitions (lacunaires) des dictionnaires
2. Creativity, un terme bateau ?
  - 2.1. Créativité en tant qu'expression imaginaire
  - 2.2. Créativité en tant que création artistique
  - 2.3. Créativité en tant qu'innovation
  - 2.4. Créativité en tant que création d'idées ou inventivité
3. L'originalité : faire apparaître quelque chose qui n'existait pas.
4. La pertinence et le rôle crucial du « succès »
5. L'inventivité comme questionnement
6. L'indispensable expertise et la sérendipité

##### DOMAINES GAGNANTS

Les besoins : la pyramide des besoins

La sensation : un trésor à découvrir

La prospective

Les tendances 2015-2021 + actualité 2022-23

L'analyse du public

Autres domaines tels les émotions, etc. (à développer dans un autre cours)

##### EXPERIMENTATION

Allumettes

Les facettes de la personnalité créative

Les 16 carrés

#### II. LES RÉSISTANCES : CONSTATS ET EXPLICATIONS

1. Nécessité relative
2. Certaines attitudes et raisons psychologiques
3. La culture du rationnel
4. La formulation de la question/du problème
5. La première vue qui occulte la deuxième vue
6. La déformation « professionnelle »
7. Habitudes et conditionnement

Le conditionnement ?

8. La soumission à l'autorité

L'expérience de Milgram / Le jeu de la mort

Réflexion sur l'actualité de la soumission à l'autorité

9. Le fonctionnement cérébral

### III. LIBERER L' INVENTIVITE : changer de cadres mentaux

Introduction

Première étape : Douter, prendre conscience des modèles mentaux et des biais cognitifs

Douter

Reconnaître nos modèles mentaux

Identifier, formuler et préciser votre objectif et/ou votre problème

Deuxième étape : Explorer et rechercher

La méthode QQOQCP

Rechercher les réponses à ces questions

Troisième étape : diverger

Le brainstorming (Alex Osborn)

La synectique de Gordon

L'association forcée

Quatrième étape : Converger

La méthode des 6 chapeaux (Edward de Bono)

Les avantages de la méthode

Cinquième étape : réévaluer

Encore une méthode d'inventivité : le Design Thinking

Autres méthodes dites de créativité / de présentation des idées

Les matrices de découverte

La carte mentale

Les points communs à toutes les méthodes / le processus de l'inventivité

Conclusion générale

## BIBLIOGRAPHIE

Ouvrages

Articles

Sources électroniques

TABLE DES MATIERES

# Méthode d'enseignement et d'apprentissage

---

Cours "magistral", expérimentations et exercices

## Bibliographie

---

### Ouvrages

BOHLER, S., *150 petites expériences de psychologie des médias pour mieux comprendre comment on vous manipule*, Paris, DUNOD, 2008.

CIKSZENTMIHALYI, M., *La créativité : Psychologie de la découverte et de l'invention*, Paris, Laffont, 1996.

CORNEILLE, O., *Nos préférences sous influences*, Wavre, Mardaga, 2010.

DE BRABANDERE, L., *Le plaisir des idées*, Paris, Dunod, 1994, p. 15.

EDWARDS, B., *Dessiner grâce au cerveau droit*, Bruxelles, Pierre Mardaga, 1979.

EDWARDS, B., *Vision, dessin, créativité*, Bruxelles, Pierre Mardaga, 1986.

GUILDFORD, « creativity » *American Psychologist*, 1950

GREGORY, R. L., *L'œil et le cerveau*, Bruxelles, DeBoeckUniversité, 2000.

HUFFMAN, K.; VERNON, J.; VERNON, M., *Psychologie en direct*, Mont-Royal, Modulo, 2000.

INY, A.; DE BRABANDERE, L., *La bonne idée existe!, Cinq étapes essentielles pour la trouver*, Paris, Eyrolles, 2013, 978-2-212-55680-3

JAOUI, H., *La créativité, mode d'emploi, connaissance du problème*, Paris, E.S.F., 1990.

MINSKY, M., *La société de l'esprit*, Paris, InterEditions, 1988, p. 272-273

ROCK, I., *La perception*, Bruxelles, DeboeckUniversité, 2001.

STRASSER, Todd. *La Vague*. PKJ, 2009, ISBN 972-2-266-1697-1

WATIN-AUGOUARD, *Histoires de marques*, Editions d'Organisation & TM.Ride, Paris, 2001.

### Articles

COLLARD, Y., DE THEUX, P., « Eduquer, communiquer: dans quel sens ? Les socio-styles pour toucher le public cible » dans *Media Animation* 2006-2011, 10 mars 2007, off line, septembre 2014.

## Sources électroniques

AZNAR, *Réflexions sur la créativité (volume 1)*, mise à jour en 2007, consulté le 25-07-2015, on line <http://www.creativite-conseils.com>. Ce point 2 relate l'analyse de Guy Aznar

MEDIA-ANIMATION, *L'actualité*, site de l'association, juillet 2015, <http://www.creativite-conseils.com>.

## Mode d'évaluation pratiqué

---

Examen écrit sur toute la matière vue 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

### 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