

Académie des Beaux-Arts de la Ville de Tournai
Fiches UE PUBLICITÉ MASTER 2

Domaine: Arts plastiques, visuels et de l'espace	
Option : Publicité	
Programme de cours : 2025 - 2026	
Cycle MASTER	MASTER 2 D.I.
Langue d'enseignement : français	

Compétences et acquis d'apprentissage	
1	Conduite d'une recherche originale sur la base de l'expérimentation et réalisent des œuvres artistiques singulières situées dans un contexte élargi théorique, historique, sociopolitique, etc. ;
2	Acquisition avérée des connaissances hautement spécialisées et des compétences en publicité faisant suite à celles qui relèvent du niveau de bachelier. Ces connaissances et ces compétences permettent de développer ou de mettre en œuvre des propositions artistiques de manière originale, dans le cadre d'une recherche ou d'une création ;
3	Mise en oeuvre, articulation et valorisation, de manière singulière, ces connaissances et ces compétences en vue de construire des propositions artistiques dans des contextes expérimentaux et pluridisciplinaires ;
4	Mobilisation de ces connaissances et de ces compétences, dans un monde complexe et changeant, en vue d'inventer des propositions artistiques et de forger des outils critiques ;
5	Action à la jonction de domaines hétérogènes, artistiques, politiques, esthétiques, philosophiques, sociétaux, etc. ;
6	Assumer une démarche et une production artistiques également validées en dehors du champ académique ;
7	Présentation de leurs productions, communication à leurs propos et prise en compte les conditions de réception, de transmission et de communication des œuvres selon des modalités adaptées au contexte ;
8	Développement et intégration d'un fort degré d'autonomie qui leur permet de poursuivre leur pratique et leur formation, d'acquérir de nouveaux savoirs et de développer de nouvelles compétences pour pouvoir évoluer dans des contextes culturels, sociaux et professionnels diversifiés et en mutation.

UE 1 :	Crédits : 15 crédits
Coordinateur de l'UE :	
Activités d'apprentissage dans l'UE	Titulaire de l'AA
Publicité / Atelier	Catherine lazurlo

Type d'enseignement, organisation, durée et évaluation

	Type	Organisation	Durée	Evaluation
Publicité / Atelier	Artistique	Annuel	H/semaine	Juin

Pas de seconde session pour les cours de type artistique

Unités d'enseignement pré-requises

--

Objectifs de l'enseignement

Publicité / Atelier

A la fin du bloc, l'étudiant maîtrisera et pourra expliquer (principaux concepts) :

Le choix de son sujet personnel et sa méthodologie
Le choix de sa composition et de sa mise en page
Le choix de la technique utilisée.
La cible visée.
Le message qu'il veut faire passer
L'étudiant devra être capable de :
Réaliser, de concevoir des affiches publicitaires , des affiches graphiques, des affiches politiques, des affiches événementielles ...
Mettre en scène un texte et une image en rapport avec un sujet imposé.
Il sera capable d'adapter sa créativité sur un sujet et de proposer d'autres idées.
L'étudiant devra avoir compris et pourra expliquer (principaux concepts) :
Ces choix de composition et des techniques utilisées.
La cible visée.
Historique du sujet mise en scène (son travail de recherche)

Description de l'enseignement

Publicité / Atelier

Programme (contenu détaillé) :

le cours comporte :

- par l'échange et la recherche, c'est l'étudiant qui propose ses sujets

Echange verbal d'idées entre le professeur et les étudiants.

L'étudiant est orienté dans ses choix de façon individuelle pour l'aider à résoudre les problèmes de manière personnalisée et lui permettre une progression adaptée.

L'étudiant expérimente, propose différentes techniques et trouve la technique la plus appropriée selon son sujet et ses propres affinités.

Par la correction, l'étudiant fait une autocritique de son travail

Le travail final est réalisé après discussion et correction.

Organisation (déroulement) : Méthodologie

Demande de documentations et recherches pour enrichir le travail.

L'étudiant doit être actif, productif et autonome

Acquis d'apprentissage et compétences visées

Publicité / Atelier

Mode d'enseignement

Publicité / Atelier

Modalités d'évaluation et critères

L'évaluation de l'UE repose sur une épreuve non intégrée (une évaluation par AA). Pour que l'UE soit validée, la moyenne pondérée doit être supérieure ou égale à 50% pour l'UE et une note supérieure ou égale à 10/20 pour chacune des AA qui la composent.	
	Pondération en crédits
Publicité / Atelier	15 crédits
La capacité à expliquer ses projets, ses recherches et sa créativité développée par rapport à son sujet libre. Présentation du travail devant les professeurs pour un échange constructif et une analyse des critiques observées.	
Publicité / Atelier	

Présentation des travaux à la fin du bloc de master2.

Lors du Jury artistique, composé de professeurs de la finalité et de professionnels du monde de la publicité, du graphisme, de la photographie, de l'imprimerie, illustrateur ...

L'étudiant fait une présentation et une défense orale de tous les travaux réalisés.

Bibliographie

Publicité / Atelier

Mots clés

Publicité / Atelier

UE 2 :	Crédits : 15 crédits
Coordinateur de l'UE :	
Activités d'apprentissage dans l'UE	Titulaire de l'AA
Travail de fin d'études : Artistique	

Type d'enseignement, organisation, durée et évaluation

	Type	Organisation	Durée	Evaluation
Travail de fin d'études :	Artistique	Annuel	2H/semaine	Juin

Pas de seconde session pour les cours de type artistique

Unités d'enseignement pré-requises – Co-requises

--

Objectifs de l'enseignement

Travail de fin d'études : Artistique

Description de l'enseignement

Travail de fin d'études : Artistique
Définition d'un projet personnel de fin d'études qui est à réaliser en plus du travail de finalité et d'atelier. L'étudiant doit dès le début de son année faire différentes propositions sur le projet personnel de fin d'études, il y a une partie écrite sur la motivation du sujet, l'historique du projet, les recherches, son innovation (sa plus value), les techniques qu'il utilisera, la cible qui sera visée, le déroulement du projet tout au long de l'année avant de passer à la réalisation des avants projets, puis projets « définitifs".

Acquis d'apprentissage et compétences visées

Travail de fin d'études : Artistique
La connaissance mémoriser, identifier, relier, reproduire à partir des connaissances.
L'autonomie élaborer, proposer, concevoir, exposer, discuter d'un projet artistique.
L'adaptation regrouper, comparer, classier, exploiter les informations, mettre en oeuvre un processus créatif.
L'application construire, agir, découvrir, produire et développer des projets.
L'évaluation défendre ses idées et ses projets, expliquer ses choix, apporter un regard critique.
La capacité résoudre, manipuler, modifier, mettre en pratique, maîtriser des capacités.
Le développement reconnaître, reformuler, élargir et différencier les acquis.

Mode d'enseignement

Travail de fin d'études : Artistique
L'enseignant guidera l'étudiant à l'élaboration son projet personnel de fin d'études. Ils construiront ensemble les balises.

Modalités d'évaluation et critères

Fiches UE PUBLICITÉ MASTER 2

L'évaluation de l'UE repose sur une épreuve non intégrée (une évaluation par AA). Pour que l'UE soit validée, la moyenne pondérée doit être supérieure ou égale à 50% pour l'UE **et** une note supérieure ou égale à 10/20 pour chacune des AA qui la composent.

	Pondération en crédits
Travail de fin d'études : Artistique	15 crédits
Travail de fin d'études : Dossier	
En fin d'année, l'étudiant fera une présentation et défendra face à un jury composé d'experts externes et de professeurs son travail artistique et son écrit réaliser sous forme d'un catalogue ou livre. La partie écrite sera indissociable de la partie artistique.	

Bibliographie

Mots clés

Académie des Beaux-Arts de la Ville de Tournai
Fiches UE PUBLICITÉ MASTER 2

UE 3 :	Crédits : 12 crédits
Coordinateur de l'UE :	
Activités d'apprentissage dans l'UE	Titulaire de l'AA
Communication graphique et visuelle / Design graphique	Caroline Lemaire

Type d'enseignement, organisation, durée et évaluation

	Type	Organisation	Durée	Evaluation
Communication graphique et visuelle / Design graphique	Artistique	Annuel		Juin

Pas de seconde session pour les cours de type artistique

Unités d'enseignement pré-requises – Co-requises

--

Objectifs de l'enseignement

Communication graphique et visuelle / Design graphique

A la fin de ce module, l'étudiant maîtrisera et pourra expliquer (principaux concepts) :
Le développement des compétences dans le domaine du traitement graphique d'un travail précis.

Organiser, hiérarchiser, et partager les contenus afin de répondre à la demande de toute réalisation graphique..

L'étudiant devra être capable de :

Réaliser une recherche personnelle pour appuyer sa création.

Maîtriser les techniques graphiques, savoir faire les liens entre ces pratiques et les articuler.

Maîtriser les outils numériques.

L'étudiant devra être capable en fin de bloc de :

Enrichir sa vision du design graphique et favoriser une exploitation graphique personnalisée.

Créer des projets graphiques et pertinents en fonction des exigences d'une demande.

De mettre en place un concept et d'exprimer graphiquement sa propre vision d'un travail.

Description de l'enseignement

Communication graphique et visuelle / Design graphique

Programme (contenu détaillé) :

L'étudiant propose une série de travaux liés aux techniques graphiques du design de l'affiche.

En accord avec le professeur, ces travaux sont définis clairement quant au contenu.

La réalisation d'un BOOK et d'une identité visuelle personnelle étant obligatoirement comprise dans ces travaux.

Organisation (déroulement) : Méthodologie

Présentation du sujet imposé et présentation d'exemples en méthode magistrale.

Demande de documentations et recherches pour enrichir le travail.

L'étudiant doit être actif, productif et autonome

Il doit être capable de concevoir et de résoudre des problèmes.

Correction et discussion sur le projet de façon individuelle.

(Une fiche personnelle contenant les travaux sélectionnés ainsi que les contraintes de rendu des fichiers sera remise à l'étudiant en début de programme.)

Acquis d'apprentissage et compétences visées

Communication graphique et visuelle / Design graphique

Mode d'enseignement

Communication graphique et visuelle / Design graphique

Modalités d'évaluation et critères

L'évaluation de l'UE repose sur une épreuve non intégrée (une évaluation par AA). Pour que l'UE soit validée, la moyenne pondérée doit être supérieure ou égale à 50% pour l'UE **et** une note supérieure ou égale à 10/20 pour chacune des AA qui la composent.

	Pondération en crédits
Communication graphique et visuelle / Design graphique	12 crédits

Critères d'évaluation :

Suivi hebdomadaire du travail donnant lieu à la validation des travaux.

Le travail personnel est évalué selon des critères d'originalité, de créativité, de recherches, en examinant les partis-pris, la pertinence des choix et des propos, la qualité de mise en forme, et la maîtrise des outils ainsi que par le rendu d'un fichier professionnel de qualité (contraintes de la fiche personnelle).

Communication graphique et visuelle / Design graphique

Bibliographie

Communication graphique et visuelle / Design graphique

Mots clés

Communication graphique et visuelle / Design graphique

Créativité - originalité - adapter la créativité - relation image/texte

UE 4 :	Crédits : 14 crédits
Coordinateur de l'UE :	
Activités d'apprentissage dans l'UE	Titulaire de l'AA
Stages / Externes	

Type d'enseignement, organisation, durée et évaluation

	Type	Organisation	Durée	Evaluation
Stages / Externes	Artistique	Annuel		

Pas de seconde session pour les cours de type artistique

Unités d'enseignement pré-requises – Co-requises

--

Objectifs de l'enseignement

Stages / Externes

Description de l'enseignement

Stages / Externes

Acquis d'apprentissage et compétences visées

Stages / Externes

Mode d'enseignement

Stages / Externes

Modalités d'évaluation et critères

L'évaluation de l'UE repose sur une épreuve non intégrée (une évaluation par AA). Pour que l'UE soit validée, la moyenne pondérée doit être supérieure ou égale à 50% pour l'UE et une note supérieure ou égale à 10/20 pour chacune des AA qui la composent.	
	Pondération en crédits
Stages / Externes	14 crédits
Stages / Externes	

Bibliographie

Stages / Externes

--

Mots clés

Stages / Externes

UE 5 :	Crédits : 4 crédits
Coordinateur de l'UE :	
Activités d'apprentissage dans l'UE	Titulaire de l'AA
Marketing / Spécifique à la publicité	Didier Tondreau

Type d'enseignement, organisation, durée et évaluation

	Type	Organisation	Durée	Evaluation
Marketing / Spécifique à la publicité	Théorique	Annuel		

Pas de seconde session pour les cours de type artistique

Unités d'enseignement pré-requises – Co-requises

--

Objectifs de l'enseignement

Marketing / Spécifique à la publicité

L'étudiant sera amené à mettre en perspective la dimension créative particulière d'une partie de son cursus avec la réalité du contexte socio-économique dans lequel il sera amené à évoluer professionnellement.

A la fin du bloc, l'étudiant maîtrisera et pourra expliquer :

- Les mécanismes généraux qui caractérisent notre système socio-économique : population, entreprise, banque, pouvoirs publics et reste du monde.
- Les grandes lignes de l'évolution du marketing, de son origine à nos jours.
- le concept marketing

En fin de bloc, l'étudiant sera capable d'élaborer un dossier reprenant les étapes d'élaboration d'un projet visant la production d'un bien ou service.

L'étudiant devra être capable de :

- Définir le concept de marketing, caractérisé par une constante évolution face aux changements liés au contexte socio-économique.
- Retracer les étapes clés de l'évolution du marketing depuis son origine, en y associant des événements de son histoire
- Défendre et argumenter un dossier personnel comportant les étapes de mise en oeuvre de son projet d'activité économique.

Description de l'enseignement

Marketing / Spécifique à la publicité

le cours comporte :

- des supports audiovisuels : reportages critiques, émissions descriptives, vidéogrammes didactiques, ... illustrant les concepts généraux qui caractérisent la notion de marketing.
- Des supports écrits : bases théoriques, historiques, descriptions, coupures de presse, ...
- La visite et l'analyse d'une entreprise sous l'angle "marketing"

En s'appuyant sur ces supports, les échanges professeurs/étudiants visent à mettre ces derniers en phase avec la réalité socio-économique.

La visite d'une entreprise permet, par sa préparation sous l'angle "marketing publicité", les échanges avec ses représentants sur place et le débriefing structuré d'après visite, de mieux toucher à la réalité de l'économie de marché. Cette visite permet en outre d'établir un lien concret avec les notions théoriques abordées en séance de cours.

Acquis d'apprentissage et compétences visées

Marketing / Spécifique à la publicité

Mode d'enseignement

Marketing / Spécifique à la publicité

Modalités d'évaluation et critères

L'évaluation de l'UE repose sur une épreuve non intégrée (une évaluation par AA). Pour que l'UE soit validée, la moyenne pondérée doit être supérieure ou égale à 50% pour l'UE **et** une note supérieure ou égale à 10/20 pour chacune des AA qui la composent.

	Pondération en crédits
Marketing / Spécifique à la publicité	4 crédits

Critères d'évaluation :

Partie écrite :

- restitution des principaux concepts abordés au cours des différentes séances
- Dossier personnel de mise en oeuvre d'une activité économique

Partie orale

- Présentation et défense de son projet personnel : explication de la démarche et faisabilité (ou non) du projet
- Pertinence de la position de l'étudiant sur les échanges orientés vers l'évolution du concept marketing

Marketing / Spécifique à la publicité

Restitution des concepts développés lors des cours en retraçant les étapes majeures de l'histoire du marketing.

L'étudiant prépare une synthèse écrite résumant le cours qu'il présente oralement et se positionne face aux remarques.

Présentation d'un projet personnel visant la mise en oeuvre d'une activité économique que l'étudiant défend à l'image d'un porteur de projet cherchant un financement.

Bibliographie

Marketing / Spécifique à la publicité

Yves de Waseige : les mécanismes de l'économie politique

- Yvan Valsecchi : cours complet de marketing
- Pierre Volle. Marketing : comprendre l'origine historique. Editions d'Organisation, pp.23-45, 2011.

Source audiovisuelle :

- Votre cerveau les intéresse. Reportage 2012 France 2 (cash investigation)
- Tous manipulés : documentaire Tv Suisse Romande 2015. La manipulation psychologique et la publicité

Mots clés

Marketing / Spécifique à la publicité

Marketing - économie - marché - entreprise

Académie des Beaux-Arts de la Ville de Tournai
Fiches UE PUBLICITÉ MASTER 2