

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 : 2026 - 2027	
Cycle MASTER	MASTER 2 A.P.
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.

<b>UE 11 :</b>	<b>Crédits : 15 crédits</b>
<b>Coordinateur de l'UE :</b>	
Activités d'apprentissage dans l'UE	Titulaire de l'AA
<b>Publicité / Atelier</b>	Catherine lazurlo

### Type d'enseignement, organisation, durée et évaluation

	Type	Organisation	Durée	Evaluation
<b>Publicité / Atelier</b>	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**

<b>UE 12 :</b>	<b>Crédits : 20 crédits</b>
<b>Coordinateur de l'UE :</b>	
Activités d'apprentissage dans l'UE	Titulaire de l'AA
<b>Travail de fin d'études : Artistique</b>	
<b>Travail de fin d'études : Dossier</b>	

### Type d'enseignement, organisation, durée et évaluation

	Type	Organisation	Durée	Evaluation
<b>Travail de fin d'études :</b>	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**

A la fin de son deuxième cycle, l'étudiant maîtrisera et pourra expliquer ses choix.  
Le développement des compétences pointue dans le domaine de la publicité.  
Réaliser une recherche personnelle pour appuyer sa création artistique.  
Appréhender, maîtriser l'univers publicité.  
Contrôler adapter ses choix techniques acquis dans les autres cours.

### 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

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

## Mode d'enseignement

<b>Travail de fin d'études : Artistique</b>
<b>L'enseignant de cours artistique responsable de la finalité guidera l'étudiant à l'élaboration de son projet personnel de fin d'études. Ils construiront ensemble les balises.</b>

## 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
<b>Travail de fin d'études : Artistique</b>	20 crédits
<b>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 réalisé sous forme d'un catalogue ou livre. La partie écrite sera indissociable de la partie artistique.</b>	
Cotation répartie : 70% pour le jury externe 30 % pour les professeurs	

**Bibliographie**

**Mots clés**

<b>UE 13 :</b>	<b>Crédits : 12 crédits</b>
<b>Coordinateur de l'UE :</b>	
Activités d'apprentissage dans l'UE	Titulaire de l'AA
<b>Communication graphique et visuelle / Design graphique</b>	Caroline Lemaire

### Type d'enseignement, organisation, durée et évaluation

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

**Pas de seconde session pour les cours de type artistique**

### Unités d'enseignement pré-requises – Co-requises

--

### Objectifs de l'enseignement

<b>Communication graphique et visuelle / Design graphique</b>
---

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
<b>Communication graphique et visuelle / Design graphique</b>	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

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

### Type d'enseignement, organisation, durée et évaluation

	Type	Organisation	Durée	Evaluation
<b>Stages / Externes</b>	Artistique	Annuel		

Pas de seconde session pour les cours de type artistique

### Unités d'enseignement pré-requises – Co-requises

--

### Objectifs de l'enseignement

<b>Stages / Externes</b>

### Description de l'enseignement

<b>Stages / Externes</b>

### 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

<b>UE 15 :</b>	<b>Crédits : 4 crédits</b>
<b>Coordinateur de l'UE :</b>	
Activités d'apprentissage dans l'UE	Titulaire de l'AA
<b>Marketing / Spécifique à la publicité</b>	Didier Tondreau

### Type d'enseignement, organisation, durée et évaluation

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

Pas de seconde session pour les cours de type artistique

### Unités d'enseignement pré-requises – Co-requises

--

### Objectifs de l'enseignement

<b>Marketing / Spécifique à la publicité</b>
--

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 : <ul style="list-style-type: none"><li>• restitution des principaux concepts abordés au cours des différentes séances</li><li>• Dossier personnel de mise en oeuvre d'une activité économique</li></ul> Partie orale <ul style="list-style-type: none"><li>• Présentation et défense de son projet personnel : explication de la démarche et faisabilité (ou non) du projet</li><li>• Pertinence de la position de l'étudiant sur les échanges orientés vers l'évolution du concept marketing</li></ul>	
Marketing / Spécifique à la publicité	

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

- 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

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