

Nombre de crédits : 2

Langue d'enseignement : Français

Responsable du cours : McDONAGH Paul

Enseignants : GUIBOURGE Jérôme

≡ DESCRIPTION DU COURS

Ce cours a pour objectif de faire comprendre les processus de production de sens et d'apprendre à le gérer opérationnellement. Mêlant apports théoriques et analyses de cas pratiques, Guibourgé vous propose de découvrir le procès du sens. Ce cours est illustré par de nombreuses publicités et des synthèses rythment les avancées sémiotiques.

≡ OBJECTIF DU COURS

- découvrir la théorie & les courants de pensées de la sémiotique
- améliorer la compréhension de ce qui se joue dans la communication publicitaire considérée comme une production de sens
- *Acquire/consolidate theoretical knowledge in the field of semiotics*
- *Read detect and exploit the technical rhetorics in texts/images*
- *Acquire principles and analytical frameworks applicable to materials and content*
- *Mobilize knowledge within the activities of analysis of the existing, implementation of content, description and argumentation achievements*

≡ COMPÉTENCES VISÉES PAR LE COURS

LG01 - Analyse : Développer un esprit critique

LG04 - Action : Etre force de proposition, prendre des initiatives

LG14 - Coopération : Travailler en équipe

≡ CONCEPTS ENSEIGNÉS

- l'isotopie (répétition d'un même élément de sens),
- le carré sémiotique (structure élémentaire de la signification, construite sur la base d'une opposition),
- le modèle actantiel (décomposition d'une action en six actants),
- le programme narratif (représentation d'une action en tant que succession de deux états opposés),
- la sémiotique du monde naturel qui associe un plan d'expression et un plan du contenu
- le parcours génératif du sens

≡ MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Vous aurez en alternance du cours magistral pour apprendre les fondamentaux, des cas pratiques pour les illustrer et des exercices pour les pratiquer.

Méthode expositive, interrogative et active / Evaluation sommative

Lecture (theoretical input), Practical case (illustrations), Exercices (practice)

≡ TRAVAIL ATTENDU

Homework/ in-class exercises

≡ BIBLIOGRAPHIE

Floch J.-M., Sémiotique, marketing and communication, PUF, 2001

Fontanille J. et Zinna A., les objets au quotidien, Pulim, 2005

Hénault A., Histoire de la sémiotique, PUF, 1997

Guibourgé Jérôme, *L'humour en publicité, analyse sémiologique*, Louvain, Academia, 2018

≡ MÉTHODE D'ÉVALUATION

100 % : Examen Final

1

Introduction à la sémiotique

BRIEFING : 03h00

- LECTURE: 03h00

Principes – Étymologie – Origines - Postulat culturel - Sémiologie, marketing et design - Sémiologie, intuition et analyse - Postulats marketing et sémiologique - Bibliographie

2

Les courants sémiotiques

BRIEFING : 03h00

- LECTURE: 03h00

Sémiotique anglo-saxonne Charles Sanders Pierce – Sémiotique de l'école de Paris Algirdas Julien Greimas

3

Objets d'étude, postulats et sémiotique pratique

BRIEFING : 03h00

- LECTURE: 03h00

Objet d'étude - Postulats sémiotiques - Pratiques sémiotiques

4

Outils théoriques

BRIEFING : 03h00

- LECTURE: 03h00

Le parcours génératif du sens - Modèle théorique - Cas pratiques

5

Outils théoriques

BRIEFING : 03h00

- LECTURE: 03h00

Le schéma narratif canonique - Modèle théorique - Cas pratiques