

# Introduction aux médias et à la communication EAD

## Infos pratiques

---

- > ECTS : 3.0
- > Nombre d'heures : 18.0
- > Niveau d'étude : BAC +2
- > Période de l'année : Enseignement quatrième semestre
- > Méthodes d'enseignement : A distance
- > Forme d'enseignement : Cours magistral
- > Ouvert aux étudiants en échange : Oui
- > Composante : Langues et cultures étrangères
- > Code ELP : 4V4LTHCD

## Présentation

---

Ce cours dispense des connaissances de base concernant l'information, l'image, les médias pour mieux comprendre les enjeux de l'« explosion de la communication » et/ou de la « révolution de l'information » auxquelles on assiste depuis deux décennies. La communication et son histoire L'information, sa fabrication, ses supports, et ses évolutions Initiation à la lecture de l'image, support d'information et de communication : photo de presse, publicité. Etudes de cas : quelques stratégies de communication (commerciale, politique, institutionnelle)

## Objectifs

---

Il s'agit de faire prendre conscience des enjeux actuels de la communication et de l'information en dispensant des connaissances de base : les types de médias et de journaux en France, la une et sa composition, les codes de l'image, et l'utilisation de l'image dans l'information et la communication (publicité)...

## Évaluation

---

- Contrôle dérogatoire : Une épreuve écrite de 1h30 comprenant des questions de connaissances et d'analyse (à partir d'une une de journal, de photo de presse ou de publicité, de texte portant sur l'information ou la communication...) \*

## Pré-requis nécessaires

---

pratique courante du français écrit et oral

## Compétences visées

---

utiliser les connaissances de base sur les médias pour lire une Une, une photo de presse ou une image publicitaire, analyser une stratégie de communication.

## Bibliographie

---

- BRETON, Philippe, PROUX, Serge, L'Explosion de la Communication. Introduction aux théories et aux pratiques de la communication, Paris : La Découverte, « Grands repères », 2012.;ALMEIDA, Fabrice, et DELPORTE, Christian, Histoire des médias en France : de la Grande Guerre à nos jours. - Paris : Flammarion (Champs), 2e édition, 2010.
- FLICHY, Patrice, Une histoire de la communication moderne, La Découverte, 2004.
- JOLY, Martine, Introduction à l'analyse de l'image, Armand Colin, 2005.
- JOST, François, Introduction à l'analyse de la télévision, Ellipses, 2007.
- JOST, F. (dir.), 50 fiches pour comprendre les médias, Bréal, 2009.
- PATINO, Bruno, La civilisation du poisson rouge. Petit traité sur le marché de l'attention, Grasset et Fasquelle, 2019 (Livre de poche).

## Ressources pédagogiques

---

Brochure