

REPUBLIQUE ALGERIENNE DEMOCRATIQUE ET POPULAIRE

MINISTERE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR  
ET DE LA RECHERCHE SCIENTIFIQUE

# HARMONISATION

## OFFRE DE FORMATION MASTER

### ACADEMIQUE

<b>Etablissement</b>	<b>Faculté</b>	<b>Département</b>
Université Dr. Moulay Tahar de Saïda	Lettres, Langues et Arts	Lettres et Langue françaises

**Domaine** : Lettres et Langues Etrangères

**Filière** : Langue française

**Spécialité** : Sciences du langage

**Année universitaire** : 2016-2017

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

مواظمة

عرض تكوين ماسرر

أكاديمي

المؤسسة	الكلية	القسم
جامعة طاهر مولاي سعيدة	الأداب، اللغات و الفنون	اللغة الفرنسية

الميدان : آداب و اللغات أجنبية

الشعبة : اللغة الفرنسية

التخصص : علوم اللغة

السنة الجامعية: 2016-2017

# SOMMAIRE

<b>I - Fiche d'identité du Master</b>	-----
1 - Localisation de la formation	-----
2 - Partenaires de la formation	-----
3 - Contexte et objectifs de la formation	-----
A - Conditions d'accès	-----
B - Objectifs de la formation	-----
C - Profils et compétences visées	-----
D - Potentialités régionales et nationales d'employabilité	-----
E - Passerelles vers les autres spécialités	-----
F - Indicateurs de suivi de la formation	-----
G - Capacités d'encadrement	-----
4 - Moyens humains disponibles	-----
A - Enseignants intervenant dans la spécialité	-----
B - Encadrement Externe	-----
5 - Moyens matériels spécifiques disponibles	-----
A - Laboratoires Pédagogiques et Equipements	-----
B- Terrains de stage et formations en entreprise	-----
C - Laboratoires de recherche de soutien au master	-----
D - Projets de recherche de soutien au master	-----
E - Espaces de travaux personnels et TIC	-----
<b>II - Fiche d'organisation semestrielle des enseignement</b>	-----
1- Semestre 1	-----
2- Semestre 2	-----
3- Semestre 3	-----
4- Semestre 4	-----
5- Récapitulatif global de la formation	-----
<b>III - Programme détaillé par matière</b>	-----
<b>IV – Accords / conventions</b>	-----

**I – Fiche d'identité du Master**  
**(Tous les champs doivent être obligatoirement remplis)**

## **1 - Localisation de la formation :**

**Faculté (ou Institut) :** Lettres, Langues et Arts

**Département :** Langue Française

## **2- Partenaires de la formation \*:**

- autres établissements universitaires :

- entreprises et autres partenaires socio économiques :

- Partenaires internationaux :

\* = Présenter les conventions en annexe de la formation

### **3 – Contexte et objectifs de la formation**

#### **A – Conditions d'accès** (*indiquer les spécialités de licence qui peuvent donner accès au Master*)

Licence en Langue française

#### **B - Objectifs de la formation** (*compétences visées, connaissances pédagogiques acquises à l'issue de la formation- maximum 20 lignes*)

Programme étalé sur deux années:

##### **B. 1. Objectifs généraux**

Le master en communication et publicité que nous comptons mettre à la disposition de nos étudiants, se veut à la fois généraliste par le profil des étudiants qui désirent s'y intégrer (littéraires, didacticiens, linguistes, markeurs....) et très spécialisé pour des doctorants désirent approfondir leurs connaissances et performances dans un domaine de la communication qui connaît un grand essor à l'échelle planétaire. de nos jours nul ne peut nier l'impact grandissant de la publicité sur la société contemporaine ,car elle contribue par ses effets manipulateurs et persuasifs à construire les identités qui s'insèrent dans une culture mondialiste .

L'Algérie, vu son ouverture sur l'économie du marché à partir des années 2000, ne pouvait pas rester à la marge de la mondialisation qui utilise les différents moyens de communication pour installer de nouvelles idéologies ,qui trop souvent ne sont pas décelables par nos étudiants et professionnels ,car ils n'ont pas subit une formation adéquate leur permettant de maîtriser les différentes pratiques de la communication et particulièrement la communication publicitaire .Par conséquent, cette formation s'efforce d'une part ,d'offrir aux étudiants des postes de généralistes de la communication chez les différents annonceurs ,et d'autre part, des profils plus pointus en agence de publicité ou en agence de média.

L'université algérienne devrait s'accommoder aux nouvelles exigences de la société algérienne en répondant aux besoins très évolutifs d'un marché de plus en plus exigeant qui vise le recrutement des profils de plus en plus polyvalents

##### **B. 2. Objectifs spécifiques**

Faire se rencontrer, dans toutes leur diversité et leur complémentarité, les différentes disciplines et théories concernées par la communication et la publicité.

\*Inscrire la formation dans des logiques de communication globale et corporate, d'ingénierie de la communication visuelle et de communication institutionnelle.

\* Former des profils aussi divers qui peuvent accéder à des postes chez un responsable de clientèle en agence de publicité, d'un chef de publicité, d'un chargé de communication externe /interne....Etc.

\*connaître les nouveaux territoires de la communication.

\*Attirer l'attention des étudiants sur des règles à respecter, un état d'esprit à avoir, une stratégie à établir, dès lors que l'on aborde une communication voulue persuasive, efficace.

\* présenter les moyens et outils pour atteindre des objectifs de communication déterminés : sémiologie, psychologie des formes, des sons et des couleurs, rhétorique, stylistique...

\*Dresser un panorama des principaux thèmes argumentaires pour amener à une réflexion sur les missions que s'est attribuées la communication publicitaire, d'entreprise.

\*Proposer des méthodes de travail, d'analyse et de recherche, ainsi qu'un certain regard porté sur notre environnement.

\*Maîtriser certains métiers de l'édition (élaboration et diffusion de matériel d'enseignement)

\*Connaitre les théories des besoins et de l'efficacité de la publicité.

\*Initier les étudiants à la sociopolitique de la communication.

### **C – Profils et compétences métiers visés** (*en matière d'insertion professionnelle - maximum 20 lignes*) :

**Au terme de leur cursus, les étudiants auront :**

\* perfectionné leur maîtrise de la langue française.

\*acquis les compétences pédagogiques et didactiques nécessaires pour analyser les enjeux de la communication.

\*bénéficié d'une maîtrise rationnelle des outils de documentation, et des techniques de l'information et de la communication dans le domaine de la publicité.

\*enrichit leur réflexion et leurs pratiques pédagogiques par l'étude des dispositifs liés à la mondialisation de l'information.

-Le diplômé sera capable, entre autres de :

\*dispenser des cours de FLE, du niveau A1, A2, B1, B2, C1 du CECR pour les langues.

\*cerner les enjeux sociopolitiques des différents textes médiatiques.

\* perfectionné leur maîtrise de la langue française.

\*acquis les compétences pédagogiques et didactiques nécessaires pour analyser les enjeux de la communication.

\*bénéficié d'une maîtrise rationnelle des outils de documentation, et des techniques de l'information et de la communication dans le domaine de la publicité.

\*enrichit leur réflexion et leurs pratiques pédagogiques par l'étude des dispositifs liés à la mondialisation de l'information.

-Le diplômé sera capable, entre autres de :

\*dispenser des cours de FLE, du niveau A1, A2, B1, B2, C1 du CECR pour les langues.

\*cerner les enjeux sociopolitiques des différents textes médiatiques.

## **D- Potentialités régionales et nationales d'employabilité des diplômés**

Ingénierie de l'enseignement et de la formation des enseignants et des formateurs dans le domaine du français – langue étrangère.

-Conception de programmes et cursus d'enseignement et de formation des enseignants et des formateurs (recherche technologique et finalisée).

-Répondre aux besoins grandissants des collectivités locales, des entreprises en termes de gestion des outils de communication externe et interne.

-Initier les étudiants à l'identification des différents réseaux de communication : techniques et usages.

-publicité et marketing.

-Medias et relations internationales.

-Analyse des productions (récits) médiatiques : textes et images.

-Sociologie de la communication.

-Mondialisation de l'information.

-Publics et pouvoirs des médias.

-Medias et juridique.

-Production journalistique.

-Argumentation publicitaire.

-Politiques linguistiques et technologies éducatives

-Diffusion de la culture, coopération linguistique et culturelle.

-Centres d'enseignement intensif des langues.

-Entreprises nationales et internationales.

-Fonction publique

-Ingénierie de l'enseignement et de la formation des enseignants et des formateurs dans le domaine du français – langue étrangère

-Conception de programmes et cursus d'enseignement et de formation des enseignants et des formateurs (recherche technologique et finalisée)

-Enseignement du français – langue étrangère et langue seconde

-Formation des enseignants et des formateurs en FLE

-Politiques linguistiques et technologies éducatives

-Diffusion de la culture française, coopération linguistique et culturelle

-Centres d'enseignement intensif des langues

-Ecoles de langues (privées ou publiques)

-Fonction publique

- postuler pour un métier visant l'ingénierie de la formation, la gestion des projets éducatifs, le travail collaboratif avec les différents partenaires de l'éducation (édition de matériel éducatif, documentation etc.)
- associations à caractère culturel
- gérer un projet personnelle (maternelle, enseignement préscolaire, etc.)

## **E – Passerelles vers d'autres spécialités**

- Vers tous les masters de français

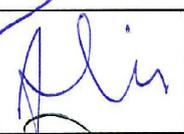
## **F – Indicateurs de suivi de la formation**

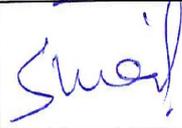
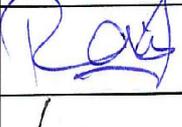
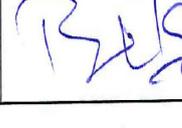
- Rapports des comités pédagogiques et des équipes de formation du département.
- Rapports de comité scientifique du département
- Rapports de stage
- Projet de fin d'étude
- Rapport des tuteurs
- Pourcentages de réussite et employabilité

**G – Capacité d'encadrement** (donner le nombre d'étudiants qu'il est possible de prendre en charge) **30 étudiants**

## 4 – Moyens humains disponibles

A : Enseignants de l'établissement intervenant dans la spécialité :

Nom, prénom	Diplôme graduation + Spécialité	Diplôme Post graduation + Spécialité	Grade	Type d'intervention *	Emargement
Ouardi Brahim	Doctorat	Didactique du F.O.S et enseignement dans le système L.M.D	M.C.A	Cours / encadrement	
MERDJI Abdelaziz	Magister	Didactique du F.O.S et enseignement dans le système L.M.D	M.A."B"	T.D	
MESKINE Mohammed Yacine	Doctorat	Didactique du F.O.S et enseignement dans le système L.M.D	M.C."A"	Cours / encadrement	
SEBBAR Khadra	Magister	Didactique du F.O.S et enseignement dans le système L.M.D	M.A."A"	Cours / encadrement	
Laroussi Ali	Doctorat	Didactique du F.O.S et enseignement dans le système L.M.D	M.C."B"	T.D	
Benbakretti Houcine	Magister	Didactique du F.O.S et enseignement dans le système L.M.D	M.A."A"	Cours / encadrement	
Sayah Mohamed	Magister	Didactique du F.O.S et enseignement dans le système L.M.D	M.A."A"	Cours / encadrement	
Bouhdjar Souad	Magister	Didactique du F.O.S et enseignement dans le système L.M.D	M.A."A"	Cours / encadrement	

Bouzekri Leila	Magister	Didactique du F.O.S et enseignement dans le système L.M.D	M.A."A"	T.D	
Smail Zoubir	Magister	Didactique du F.O.S et enseignement dans le système L.M.D	M.A."A"	T.D	
Benhallou Amine	Magister	Didactique du F.O.S et enseignement dans le système L.M.D	M.A."A"	T.D	
Ouanzar Amel	Magister		M.A."B"	T.D	
Attou Fatiha	Doctorat		M.C."B"	Cours / encadrement	
Bessai Houari	Doctorat	Didactique du F.O.S et enseignement dans le système L.M.D	M.C."B"	Cours / encadrement	
Khelif Khadidja	Magister		M.A."B"	T.D	
Ould Said Abdelkrim	Magister	Didactique du F.O.S et enseignement dans le système L.M.D	M.A."A"	Cours / encadrement	
Zinai Souhila	Magister	Didactique du F.O.S et enseignement dans le système L.M.D	M.A."A"	Cours / encadrement	
Marif Miloud	Magister		M.A."A"/	Cours / encadrement	
Radji Fatima Z	Magister		M.A."A"/	Cours / encadrement	
Lazerag Lakhdar	Magister	Didactique du F.O.S et enseignement dans le système L.M.D	M.A."A"	Cours / encadrement	
Bekkadour Rdjia	Magister	Didactique du F.O.S et enseignement dans le système L.M.D	M.A."A"	Cours / encadrement	



**Etablissement de rattachement :**

<b>Nom, prénom</b>	<b>Diplôme graduation + Spécialité</b>	<b>Diplôme Post graduation + Spécialité</b>	<b>Grade</b>	<b>Type d'intervention *</b>	<b>Emargement</b>

**Etablissement de rattachement :**

<b>Nom, prénom</b>	<b>Diplôme graduation + Spécialité</b>	<b>Diplôme Post graduation + Spécialité</b>	<b>Grade</b>	<b>Type d'intervention *</b>	<b>Emargement</b>

\* = Cours, TD, TP, Encadrement de stage, Encadrement de mémoire, autre ( à préciser)

## 5 – Moyens matériels spécifiques disponibles

**A- Laboratoires Pédagogiques et Equipements :** Fiche des équipements pédagogiques existants pour les TP de la formation envisagée (1 fiche par laboratoire)

**A- Intitulé du laboratoire :** Centre de ressources multimédia

N°	Intitulé de l'équipement	Nombre	Observations
1	Micro-ordinateurs	60	
2	Data show	2	
3	Ecran de projecteur	1	
4	Poste TV	1	
5	Connexion internet	1	
6	Enceinte sonore Home cinéma	1	
7	Lecteur DVD	1	
8	Appareil de reprographie	2	
9	Caméscope	1	
10	Appareil photo numérique	1	
11	Dictaphone	10	
12	Didacticiels	10	

**B- Terrains de stage et formation en entreprise :**

Lieu du stage	Nombre d'étudiants	Durée du stage
Etablissements universitaires	30 étudiants /90	60 jours
Etablissements scolaires	30 étudiants /90	60 jours
Centres de perfectionnement des langues	30 étudiants /90	60 jours

**C- Laboratoire(s) de recherche de soutien au master :**

<b>Chef du laboratoire</b>	
<b>N° Agrément du laboratoire</b>	146
Date : 19 Avril 2016	
Avis du chef de laboratoire : Avis favorable.	
	

<b>Chef du laboratoire</b>	
<b>N° Agrément du laboratoire</b>	
Date :	
Avis du chef de laboratoire:	

**D- Projet(s) de recherche de soutien au master :**

Intitulé du projet de recherche	Code du projet	Date du début du projet	Date de fin du projet

## **E- Espaces de travaux personnels et TIC :**

- Bibliothèque centrale.
- Espace internet de la Faculté
- 02 Centres de calcul
- 02 Laboratoires de langues.

## **II – Fiche d'organisation semestrielle des enseignements**

(Prière de présenter les fiches des 4 semestres)

## 1- Semestre 1 :

Unité d'Enseignement	VHS	V.H hebdomadaire				Coeff	Crédits	Mode d'évaluation	
	15 sem	C	TD	TP	Travail individuel			Continu	Examen
<b>UE fondamentales</b>	<b>202h</b>	<b>04H30</b>	<b>09H</b>		<b>247h30</b>	<b>9</b>	<b>18</b>		
<b>UEF1(O/P)</b>									
Théories de l'information et de la communication	67h30	1h30	3h		82h30	3	6	+	+
Langage et communication	67h30	1h30	3h		82h30	3	6	+	+
<b>UEF2(O/P)</b>									
Les sciences du langage : champs, applications et débouchés	22h30		1h30		27h30	1	2	+	+
Des théories linguistiques aux outils d'analyses	45h	1h30	1h30		55h	2	4	+	+
<b>UE méthodologie</b>	<b>105h</b>	<b>1h</b>	<b>6H</b>		<b>120h</b>	<b>5</b>	<b>9</b>		
<b>UEM1(O/P)</b>									
Introduction aux principales méthodes de la recherche	45h		3h		55h	2	4	+	+
Médias et espace public	45h		3h		55h	1	2	+	+
Communication et pratiques pédagogiques	15h	1h			10h	1	1		+
<b>UE découverte</b>	<b>45h</b>	<b>3h</b>			<b>5h</b>	<b>2</b>	<b>2</b>		
<b>UED1(O/P)</b>									
Cultures, civilisation et FLE	22h30	1h30			2h30	1	1		+
Langue étrangère	22h30	1h30			2h30	1	1		+
<b>UE transversales</b>	<b>22h30</b>	<b>1h30</b>			<b>2h30</b>	<b>1</b>	<b>1</b>		
<b>UET1(O/P)</b>									
Communication et monde du travail	22h30	1h30			2h30	1	1		+
<b>Total Semestre 1</b>	<b>375h</b>	<b>9h</b>	<b>16h</b>		<b>375h</b>	<b>16</b>	<b>30</b>		

## 2- Semestre 2 :

Unité d'Enseignement	VHS	V.H hebdomadaire				Coeff	Crédits	Mode d'évaluation	
	15 sem	C	TD	TP	Travail individuel			Continu	Examen
<b>UE fondamentales</b>	<b>202h</b>	<b>4h30</b>	<b>9h</b>		<b>247h30</b>	<b>9</b>	<b>18</b>		
<b>UEF1(O/P)</b>									
Communication et pratiques en organisation	67h30	1h30	3h		82h30	3	6	+	+
Diaporama et présentation orale	67h30	1h30	1h30		82h30	1	1	+	+
Multimédiatisation de l'information et radio	67h30	1h30	1h30		82h30	3	5	+	+
<b>UEF2(O/P)</b>									
:Communication visuelle	22h30		1h30		27h30	1	2	+	+
Médias, culture et société - Message verbal et iconique.	45h	1h30	1h30		55h	2	4	+	+
Ethique de la publicité			1h30			2	4		+
<b>UE méthodologie</b>	<b>105h</b>	<b>1h</b>	<b>6h</b>		<b>120h</b>	<b>5</b>	<b>9</b>		
<b>UEM1(O/P)</b>									
Dispositifs de formation et communication pédagogique.	45h		3h		55h	2	4	+	+
Multimédia et enseignement du FLE	15h	1h			10h	1	1		+
<b>UE découverte</b>	<b>45h</b>	<b>3h</b>			<b>5h</b>	<b>2</b>	<b>2</b>		
<b>UED1(O/P)</b>									
Communication et monde du travail		1h30			2h30	1	1		+
<b>UE transversales</b>		<b>1h30</b>			<b>2h30</b>				
<b>UET1(O/P)</b>									
Langue étrangère 2	22h30	1h30			2h30	1	1		+
<b>Total Semestre 2</b>	<b>375h</b>	<b>10h</b>	<b>15h</b>		<b>375h</b>	<b>17</b>	<b>30</b>		

### 3- Semestre 3 :

Unité d'Enseignement	VHS	V.H hebdomadaire				Coeff	Crédits	Mode d'évaluation	
	14-16 sem	C	TD	TP	Travail individuel			Continu	Examen
<b>UE fondamentales</b>	<b>202h</b>	<b>4h30</b>	<b>9h</b>		<b>247h30</b>	<b>9</b>	<b>18</b>		
<b>UEF1(O/P)</b>									
Analyse des publics et stratégies de communication	67h30	1h30	3h		82h30	3	6	+	+
psychologie du consommateur et stratégies de persuasion	67h30	1h30	1h30		82h30	3	6	+	+
<b>UEF2(O/P)</b>									
psychologie et sémiologie de la communication.	22h30		1h30		27h30	1	2	+	+
Publicité et marketing	45h	1h30	1h30		55h	2	4	+	+
<b>UE méthodologie</b>	<b>105h</b>	<b>1h</b>	<b>6h</b>		<b>120h</b>	<b>5</b>	<b>9</b>		
<b>UEM1(O/P)</b>									
Pratiques publicitaires	45h		3h		55h	2	4	+	+
Techniques de la recherche sur le web	45h		3h		55h	2	2	+	+
Méthodologie du projet de stage	15h	1h			10h	1	1		+
<b>UE découverte</b>	<b>45h</b>	<b>3h</b>			<b>5h</b>	<b>2</b>	<b>2</b>		
<b>UED1(O/P)</b>									
Langue étrangère	22h30	1h30			2h30	1	1		+
Ethique et développement durable	22h30	1h30			2h30	1	1	+	+
<b>UE transversales</b>		<b>1h30</b>			<b>2h30</b>				
<b>UET1(O/P)</b>									
Ethique et déontologie		1h30			2h30	1	1		+
<b>Total Semestre 3</b>	<b>375h</b>	<b>10h</b>	<b>15h</b>		<b>375h</b>	<b>17</b>	<b>30</b>		

#### 4- Semestre 4 :

**Domaine** : Lettres et Langues Etrangères  
**Filière** : Langue française  
**Spécialité** : Sciences du langage

Stage en entreprise sanctionné par un mémoire et une soutenance.

	<b>VHS</b>	<b>Coeff</b>	<b>Crédits</b>
<b>Mémoire</b>	751h00	17	30
<b>Total Semestre 4</b>	751h00	17	30

**5- Récapitulatif global de la formation** : (indiquer le VH global séparé en cours, TD, pour les 04 semestres d'enseignement, pour les différents types d'UE)

<b>VH \ UE</b>	<b>UEF</b>	<b>UEM</b>	<b>UED</b>	<b>UET</b>	<b>Total</b>
<b>Cours</b>	202h30	/	135h00	67h30	405h00
<b>TD</b>	405h00	315h00	/	/	720h00
<b>TP</b>	/	/	/	/	/
<b>Travail individuel</b>	741h30	360h00	15h00	07h30	1124h
<b>Mémoire</b>	450h30	225h30	37h30	37h30	751h00
<b>Total</b>	1800h00	900h00	187h30	112h30	3000h
<b>Crédits</b>	72	36	08	04	<b>120</b>
<b>% en crédits pour chaque UE</b>	<b>60%</b>	<b>30%</b>	<b>6.7%</b>	<b>3,3%</b>	<b>100%</b>

### **III - Programme détaillé par matière** (1 fiche détaillée par matière)

## **Intitulé du Master : sciences du langage**

**Semestre : 1**

Intitulé de l'UE : **PUEF 1**

**Intitulé de la matière** : Théories de l'information et de la communication

**Crédits : 6**

**Coefficients : 3**

**Objectifs de l'enseignement** (*Décrire ce que l'étudiant est censé avoir acquis comme compétences après le succès à cette matière – maximum 3 lignes*).

Maîtriser les principaux concepts et principes de base en relation avec les différentes manières de concevoir, d'analyser et de comprendre la complexité de la communication « interpersonnelle » et de la communication « sociale »

**Connaissances préalables recommandées** (*descriptif succinct des connaissances requises pour pouvoir suivre cet enseignement – Maximum 2 lignes*).

**Contenu de la matière** (*indiquer obligatoirement le contenu détaillé du programme en présentiel et du travail personnel*)

Cet enseignement d'introduction aux théories de la communication et de l'information vise à cerner les différentes théories et méthodes de la communication contemporaine dans le but de saisir la complexité des situations professionnelles ou de recherches en sciences de l'information et de la communication. Afin d'atteindre cette finalité la matière s'efforcera de présenter aux étudiants des théories et des concepts qui leur permettront de situer un projet en SIC dans les courants contemporains.

**Mode d'évaluation** : *Contrôle continu, examen, etc...(La pondération est laissée à l'appréciation de l'équipe de formation)*

Contrôle continu + examen final

**Références** (*Livres et photocopiés, sites internet, etc*).

1. **Benoit D.**, 2012, *INFORMATION-COMMUNICATION : THEORIES - PRATIQUES - ETHIQUE*, Paris, Editions ESKA
2. **Breton P.**, 1992, *L'utopie de la communication*, Paris, La Découverte
3. **Watzlawick P., Helmick Beavin J., Jackson Don D.**, 1972, *Une logique de la communication*, Paris, Seuil, (collection "Points")
4. **Winkin Y.**, *Anthropologie de la communication : de la théorie au terrain*, De Boeck Université, 1996 ; nouvelle édition refondue, Seuil, collection « Points », N°448, février 2001.
5. **Winkin Y.**, 2000, *La nouvelle communication*, Paris, Seuil, (collection "Points")
6. **DAVALLON Jean**, *L'Exposition à l'œuvre, stratégies de communication et médiation symbolique*, 1999, Paris, L'Harmattan Communication, 378 pages.
7. **GOMBRICH E.H.**, *L'art et l'illusion. Psychologie de la représentation picturale*, 2002, Paris, Phaidon, 385 pages.
8. **JACOBI Daniel**, *La Communication scientifique: Discours, figures, modèles*, 1999, Grenoble, Presses Universitaires de Grenoble.
9. **PEDLER Emmanuel**, *Sociologie de la communication*, 2000, Paris, Nathan Université, 128 pages.
10. **Jean Meyriat**, théoricien et praticien de l'information-documentation, ADBS, Paris, 2001.
11. **ATTALLAH, P.**, *Théories de la communication* (vol. 1 : Histoire, contexte, pouvoir ; vol. 2 : Sens, sujets, savoirs), PUQ, Montréal, 1989, 1991.

## **Intitulé du Master : sciences du langage**

**Semestre : 1**

Intitulé de l'UE : **l'UEF 1**

**Intitulé de la matière :** Langage et communication

**Crédits : 6**

**Coefficients : 3**

**Objectifs de l'enseignement** (*Décrire ce que l'étudiant est censé avoir acquis comme compétences après le succès à cette matière – maximum 3 lignes*).

Installer les premières pistes permettant l'accès aux plus récentes recherches dans le domaine. S'approprier d'un lexique spécialisé. Exercer à des méthodes de travail rigoureuses.

**Connaissances préalables recommandées** (*descriptif succinct des connaissances requises pour pouvoir suivre cet enseignement – Maximum 2 lignes*).

**Contenu de la matière** (*indiquer obligatoirement le contenu détaillé du programme en présentiel et du travail personnel*)

Le cours dispensé constitue une introduction aux théories de la nouvelle Communication permettant d'aborder la Communication interpersonnelle dans toutes ses composantes : typologies, Fonctionnements, contextualisation.

**Mode d'évaluation :** *Contrôle continu, examen, etc...(La pondération est laissée à l'appréciation de l'équipe de formation)*

Contrôle continu + examen final

**Références** (*Livres et photocopiés, sites internet, etc*).

### **Références :**

- Watzlawick. P., *Une logique de la communication*, Coll. Points Seuil, 1967.
- Winkin.Y., *La nouvelle communication*, Coll. Points Seuil, 1981.
- Winkin.Y., *Anthropologie de la communication*, éd. De Boeck, 1996.
- ALMEIDA, N. d', *Les Promesses de la communication*, Paris, PUF, 2001.
- BAUTIER, R., *De la rhétorique à la communication*, Grenoble, PUG, 1994.
- BORZEIX, A. FRAENKEL, B. (dir.), *Langage et travail : communication, cognition, action*, Paris, CNRS éditions, 2
- BOUGNOUX, D. (dir.), *Sciences de l'information et de la communication : textes essentiels*, Paris, Larousse, 199.
- CHARAUDEAU, P., *Le Discours d'information médiatique : la construction du miroir social*, Paris, Nathan, 1997.
- GREIMAS, A., COURTES, J., *Dictionnaire raisonné de la théorie du langage* (2 vol.), Paris, Hachette, 1979 et 198

## **Intitulé du Master : sciences du langage**

**Semestre : 1**

Intitulé de l'UE : **l'UEF 2**

**Intitulé de la matière :** Les sciences du langage : champs, applications et débouchés

**Crédits : 6**

**Coefficients : 3**

**Objectifs de l'enseignement** (*Décrire ce que l'étudiant est censé avoir acquis comme compétences après le succès à cette matière – maximum 3 lignes*).

Connaitre les sous-champs de la discipline, les liens avec d'autres disciplines (psychologie, sociologie, didactique, informatique...), le changement des problématiques, les applications, les débouchés. Contenu : les sciences du langage sont présentées sous différents angles de vues, prenant en considération les différents domaines d'application (psychologie, sociologie, didactique, informatique...).

**Connaissances préalables recommandées** (*descriptif succinct des connaissances requises pour pouvoir suivre cet enseignement – Maximum 2 lignes*).

**Contenu de la matière** (*indiquer obligatoirement le contenu détaillé du programme en présentiel et du travail personnel*)

**Mode d'évaluation :** *Contrôle continu, examen, etc... (La pondération est laissée à l'appréciation de l'équipe de formation)*

Contrôle continu + examen final

**Références** (*Livres et photocopiés, sites internet, etc*).

- ALMEIDA, N. d', Les Promesses de la communication, Paris, PUF, 2001.
- BACHMANN, C, LINDENFELD, J., SIMONIN, J., Langage et communication sociales, Paris, Hatier, 1981.
- BAKHTINE, M., Le Marxisme et la philosophie du langage, Paris, Éditions de Minuit, 1997 (édition originale 192
- BAUDRILLARD, J., Simulacres et simulation, Paris, Galilée, 1981.
- BAUTIER, R., De la rhétorique à la communication, Grenoble, PUG, 1994.
- BEAUD, P. et al. Sociologie de la communication, Paris, Cnet, 1997.
- BENJAMIN, W., Écrits français, Paris, Gallimard, 1991.
- BOUGNOUX, D. (dir.), .Sciences de l'information et de la communication : textes essentiels, Paris, Larousse, 1993.
- BRETON, Ph., PROULX, S., L'Explosion de la communication à l'aube du XXI<sup>e</sup> siècle, Paris, La Découverte, 2002 (Édition originale 1993).

## **Intitulé du Master : sciences du langage**

**Semestre : 1**

Intitulé de l'UE : **l'UEF 2**

**Intitulé de la matière :** Des théories linguistiques aux outils d'analyses

**Crédits : 6**

**Coefficients : 3**

**Objectifs de l'enseignement** (*Décrire ce que l'étudiant est censé avoir acquis comme compétences après le succès à cette matière – maximum 3 lignes*).

Cet enseignement va constituer le soubassement théorique qui va permettre à l'étudiant la maîtrise de toutes les théories linguistiques, afin de mener des recherches universitaires avancées dans les différents secteurs de la communication et de l'information.

**Connaissances préalables recommandées** (*descriptif succinct des connaissances requises pour pouvoir suivre cet enseignement – Maximum 2 lignes*).

**Contenu de la matière** (*indiquer obligatoirement le contenu détaillé du programme en présentiel et du travail personnel*)

**Mode d'évaluation :** *Contrôle continu, examen, etc... (La pondération est laissée à l'appréciation de l'équipe de formation)*

Contrôle continu + examen final

**Références** (*Livres et photocopiés, sites internet, etc*).

BOUTAUD, J.-J., Sémiotique et communication : du signe au sens, Paris, L'Harmattan, 1998.

-DELEUZE, G., Logique du sens, Paris, Éditions de Minuit, 1997.

-DURAND, G., Structures anthropologiques de l'imaginaire. Paris, Bordas, 1969.

-ESCARPIT, R., Théorie générale de l'information et de la communication, Paris, Hachette, 1976.

-GREIMAS, A. COURTES, J., Dictionnaire raisonné de la théorie du langage (2 vol.), Paris, Hachette, 1979 et 1986.

-HAGÈGE, C, L'Homme de paroles : contribution linguistique aux sciences humaines, Paris, Fayard, 1985.

-LAMIZET, B., SILEM, A., Dictionnaire encyclopédique des sciences de la communication, Paris, Ellipses, 1997.

## **Intitulé du Master : sciences du langage**

**Semestre : 1**

Intitulé de l'UE : **l'UEM 1**

**Intitulé de la matière :** Introduction aux principales méthodes de la recherche

**Crédits : 4**

**Coefficients : 2**

**Objectifs de l'enseignement** (*Décrire ce que l'étudiant est censé avoir acquis comme compétences après le succès à cette matière – maximum 3 lignes*).

Ce cours est destiné à donner aux étudiants préparant un mémoire de première année de master des indications méthodologiques pour les guider dans leurs premiers pas de chercheurs.

**Connaissances préalables recommandées** (*descriptif succinct des connaissances requises pour pouvoir suivre cet enseignement – Maximum 2 lignes*).

**Contenu de la matière** (*indiquer obligatoirement le contenu détaillé du programme en présentiel et du travail personnel*)

**Mode d'évaluation :** *Contrôle continu, examen, etc... (La pondération est laissée à l'appréciation de l'équipe de formation)*

Contrôle continu + examen final

**Références** (*Livres et photocopiés, sites internet, etc*).

BEAUD (S) WEBER (F) Guide de l'enquête de terrain, La découverte, 1998, 327p.

DURKHEIM (E) Les règles de la méthode, PUF, 16<sup>e</sup> éd, 1967, 149p.

FRAGNIERE (JP) Comment réussir un mémoire, Dunod, 1986, 142p.

GOTMAN (A), BLANCHET (A) L'enquête et ses méthodes : l'entretien, Paris, Nathan université, coll.128,1998, 128 p

KEVASSAY (S) le mémoire de recherche, Vuibert, coll. Diplômes, 192 p.

MACE (G) Guide d'élaboration d'un projet de recherche, De Boeck université, 2 ed,1997, 116p.

SCHUTZ (A) Le chercheur et le quotidien, Méridiens Klincksieck, 1987, 286p.

WEINBERG (A) Sciences Humaines n° 35 « La fausse querelle des méthodes » p. 14 à 21 – encadré « Les quatre étapes pour une recherche

## **Intitulé du Master : sciences du langage**

**Semestre : 1**

Intitulé de l'UE : **l'UEM 1**

**Intitulé de la matière** : médias et espace public

**Crédits : 4**

**Coefficients : 2**

**Objectifs de l'enseignement** (*Décrire ce que l'étudiant est censé avoir acquis comme compétences après le succès à cette matière – maximum 3 lignes*).

Le contenu de cet enseignement met à la disposition des étudiants les fondements des discours médiatiques informatifs dans leur relation aux imaginaires socioculturels.

**Connaissances préalables recommandées** (*descriptif succinct des connaissances requises pour pouvoir suivre cet enseignement – Maximum 2 lignes*).

**Contenu de la matière** (*indiquer obligatoirement le contenu détaillé du programme en présentiel et du travail personnel*)

**Mode d'évaluation** : *Contrôle continu, examen, etc... (La pondération est laissée à l'appréciation de l'équipe de formation)*

Contrôle continu + examen final

**Références** (*Livres et photocopiés, sites internet, etc*).

- CANETTI, E., Masse et puissance, Paris, Gallimard, 1966.
- CASTELLS, M., L'Ère de l'information, (3 vol.), Paris, Fayard, 1997-1999, (édition originale 1996-1998).
- CHARAUDEAU, P., Le Discours d'information médiatique : la construction du miroir social, Paris, Nathan, 1997.
- COMAN, M., Pour une anthropologie des médias, Grenoble, PUG, 2003.
- COUZINET, V., Médiations hybrides : le documentaliste et le chercheur en sciences de l'information, Paris, ADBS, 2000.
- ELIAS, N., La Société des individus, Paris, Fayard, 1991.
- GOFFMAN, E., La Mise en scène de la vie quotidienne (vol. 1, La présentation de soi ; vol. 2, Les relations en public), Paris, Éditions de Minuit, 1973 (édition originale 1966).
- GRITTI, J., Feu sur les médias : faits et symboles, Paris, Le Centurion, 1992.
- HABERMAS, J., L'Espace public : archéologie de la publicité comme dimension constitutive de la société Bourgeoise, Paris, Payot, 1992 (édition originale)

## **Intitulé du Master : sciences du langage**

**Semestre : 1**

Intitulé de l'UE : **l'UED 1**

**Intitulé de la matière** : communication et pratiques pédagogiques

**Crédits : 4**

**Coefficients : 2**

**Objectifs de l'enseignement** (*Décrire ce que l'étudiant est censé avoir acquis comme compétences après le succès à cette matière – maximum 3 lignes*).

Cette matière se fixe comme objectif la présentation des différentes dimensions de la communication dans les pratiques pédagogiques

**Connaissances préalables recommandées** (*descriptif succinct des connaissances requises pour pouvoir suivre cet enseignement – Maximum 2 lignes*).

**Contenu de la matière** (*indiquer obligatoirement le contenu détaillé du programme en présentiel et du travail personnel*)

**Mode d'évaluation** : *Contrôle continu, examen, etc...(La pondération est laissée à l'appréciation de l'équipe de formation)*

Contrôle continu + examen final

**Références** (*Livres et photocopiés, sites internet, etc*).

- CANETTI, E., Masse et puissance, Paris, Gallimard, 1966.
- CASTELLS, M., L'Ère de l'information, (3 vol.), Paris, Fayard, 1997-1999, (édition originale 1996-1998).
- CHARAUDEAU, P., Le Discours d'information médiatique : la construction du miroir social, Paris, Nathan, 1997.
- COMAN, M., Pour une anthropologie des médias, Grenoble, PUG, 2003.
- COUZINET, V., Médiations hybrides : le documentaliste et le chercheur en sciences de l'information, Paris, ADBS, 2000.
- ELIAS, N., La Société des individus, Paris, Fayard, 1991.
- GOFFMAN, E., La Mise en scène de la vie quotidienne (vol. 1, La présentation de soi ; vol. 2, Les relations en public),Paris, Éditions de Minuit, 1973 (édition originale 1966).
- GRITTI, J., Feu sur les médias : faits et symboles, Paris, Le Centurion, 1992.
- HABERMAS, J., L'Espace public : archéologie de la publicité comme dimension constitutive de la société Bourgeoise, Paris, Payot, 1992 (édition originale

## **Intitulé du Master : sciences du langage**

**Semestre : 1**

Intitulé de : **l'UED 1**

**Intitulé de la matière** : Cultures, civilisation et FLE

**Crédits : 1**

**Coefficients : 1**

**Objectifs de l'enseignement** (*Décrire ce que l'étudiant est censé avoir acquis comme compétences après le succès à cette matière – maximum 3 lignes*).

Cette matière qui s'adresse spécialement aux étudiants du Master vise à les sensibiliser à la problématique de l'enseignement/apprentissage de la culture et de la civilisation dans le champ du FLE.

**Connaissances préalables recommandées** (*descriptif succinct des connaissances requises pour pouvoir suivre cet enseignement – Maximum 2 lignes*).

**Contenu de la matière** (*indiquer obligatoirement le contenu détaillé du programme en présentiel et du travail personnel*)

**Mode d'évaluation** : *Contrôle continu, examen, etc... (La pondération est laissée à l'appréciation de l'équipe de formation)*

Contrôle continu + examen final

**Références** (*Livres et photocopiés, sites internet, etc*).

BARTHES Roland, *Le Degré zéro de l'écriture*, 1972, Paris, Éditions du Seuil, 233 pages.

-BARTHES Roland, *Mythologies*, 1957, Paris, Éditions du Seuil, 179 pages.

-BOURDIEU, Pierre, Passeron, Jean-Claude, *La Reproduction, éléments pour une théorie du Système d'enseignement*, 1970, Paris, Les Éditions de Minuit, 284 pages.

-BOURDIEU, Pierre et Passeron, Jean-Claude, *Les Héritiers, les étudiants et la culture*, 1964, Paris, Les Editions de Minuit, 189 pages.

-DONNAT Olivier, *Les Pratiques culturelles des Français, Enquête 1997*, 1998, Paris, Ministère de la culture et de la communication, DAG, Département des études et de la Prospective, La Documentation française.

-GOFFMAN, Erving, *La Mise en scène de la vie quotidienne, 1. La présentation de soi*, 1973, Paris, Les Editions de Minuit, 256 pages.

-GOMBRICH E.H., *L'art et l'illusion. Psychologie de la représentation picturale*, 2002, Paris, Phaidon, 385 pages.

JACOBI Daniel, *La Communication scientifique : Discours, figures, modèles*, 1999, Grenoble, Presses Universitaires de Grenoble.-

-SCHIELE Bernard, *Les Territoires de la culture scientifique*, 2003, Lyon, Les Presses Universitaires de Lyon, 390 pages.

## **Intitulé du Master : sciences du langage**

**Semestre : 1**

Intitulé de : l'UET 1

**Intitulé de la matière :** Langue étrangère 2

**Crédits : 1**

**Coefficients : 1**

**Objectifs de l'enseignement** (*Décrire ce que l'étudiant est censé avoir acquis comme compétences après le succès à cette matière – maximum 3 lignes*).

Objectif : être capable, en LE 2, de décomposer des documents en entités élémentaires, de les recomposer et de les mettre en relation.

**Connaissances préalables recommandées** (*descriptif succinct des connaissances requises pour pouvoir suivre cet enseignement – Maximum 2 lignes*).

**Contenu de la matière** (*indiquer obligatoirement le contenu détaillé du programme en présentiel et du travail personnel*)

**Mode d'évaluation :** *Contrôle continu, examen, etc... (La pondération est laissée à l'appréciation de l'équipe de formation)*

Contrôle continu + examen final

**Références** (*Livres et photocopiés, sites internet, etc*).

### **Références :**

Grammaire : English Grammar in Use by Raymond MURPHY, Cambridge University Press.

Vocabulaire : Du mot à la phrase, Collection Ellipses. Le mot et l'idée chez Orphys.

## **Intitulé du Master : sciences du langage**

**Semestre : 2**

Intitulé de : **l'UEF 2**

**Intitulé de la matière :** Communication et pratiques en organisation

**Crédits : 6**

**Coefficients : 3**

**Objectifs de l'enseignement** (*Décrire ce que l'étudiant est censé avoir acquis comme compétences après le succès à cette matière – maximum 3 lignes*).

Dans cette matière, Il s'agira pour l'étudiant de première année master d'avoir un aperçu sur le monde des organisations et d'identifier les formes et outils de communication que l'on peut y trouver : pouvoir reconnaître et spécifier une organisation, dégager sa structure et son fonctionnement. Typifier les différents modèles de documents auxquels recourent les organisations (rapport, documents internes et externes...).

**Connaissances préalables recommandées** (*descriptif succinct des connaissances requises pour pouvoir suivre cet enseignement – Maximum 2 lignes*).

**Contenu de la matière** (*indiquer obligatoirement le contenu détaillé du programme en présentiel et du travail personnel*)

**Mode d'évaluation :** *Contrôle continu, examen, etc... (La pondération est laissée à l'appréciation de l'équipe de formation)*

Contrôle continu + examen final

**Références** (*Livres et photocopiés, sites internet, etc*).

- BACHMANN, C, LINDENFELD, J., SIMONIN, J., Langage et communication sociales, Paris, Hatier, 1981.  
-BALLE, F., Le Mandarin et le marchand : le juste pouvoir des médias, Paris, Flammarion, 1995.  
-BEAUD, P. et al. Sociologie de la communication, Paris, Cnet, 1997.  
-BORZEIX, A., FRAENKEL, B. (dir.), Langage et travail : communication, cognition, action, Paris, CNRS éditions, 2001.  
-BRETON, Ph., PROULX, S., L'Explosion de la communication à l'aube du XXI<sup>e</sup> siècle, Paris, La Découverte, 2002  
(Édition originale 1993).  
CHARTIER, R., Culture écrite et société : l'ordre des livres, Paris, Albin Michel, 1996.  
-DAVALLON, J., L'Exposition à l'œuvre : stratégies de communication et médiation symbolique, Paris, L'Harmattan, 1999.  
-ESCARPIT, R., Théorie générale de l'information et de la communication, Paris, Hachette, 1976.  
-FLOCH, J.-M., Sémiotique, marketing et communication : sous les signes, les stratégies, Paris, PUF, 1990  
HABERMAS, J., L'Espace public : archéologie de la publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise, Paris, Payot, 1992 (édition originale 1962).-  
-MATTELART, A. et M., Histoire des théories de la communication, Paris, La Découverte, 1995.  
-PÉNINOU, G., Intelligence de la publicité, Paris, Laffont

## **Intitulé du Master : sciences du langage**

**Semestre : 2**

Intitulé de : **l'UEF 2**

**Intitulé de la matière** : Diaporama et présentation orale

**Crédits : 6**

**Coefficients : 3**

**Objectifs de l'enseignement** (*Décrire ce que l'étudiant est censé avoir acquis comme compétences après le succès à cette matière – maximum 3 lignes*).

Il s'agira dans cette matière d'installer chez l'étudiant deux compétences :

1-Être capable de monter une présentation professionnelle, en recourant à un matériel audio-visuel adéquat.

**Connaissances préalables recommandées** (*descriptif succinct des connaissances requises pour pouvoir suivre cet enseignement – Maximum 2 lignes*).

**Contenu de la matière** (*indiquer obligatoirement le contenu détaillé du programme en présentiel et du travail personnel*)

**Mode d'évaluation** : *Contrôle continu, examen, etc...(La pondération est laissée à l'appréciation de l'équipe de formation)*

Contrôle continu + examen final

**Références** (*Livres et photocopiés, sites internet, etc*).

## **Intitulé du Master : sciences du langage**

**Semestre : 2**

Intitulé de : **l'UEM 2**

**Intitulé de la matière :** Communication visuelle

**Crédits : 2**

**Coefficients : 1**

**Objectifs de l'enseignement** (*Décrire ce que l'étudiant est censé avoir acquis comme compétences après le succès à cette matière – maximum 3 lignes*).

Il s'agira dans cette matière d'installer chez l'étudiant deux compétences :

1-Être capable de monter une présentation professionnelle, en recourant à un matériel audio-visuel adéquat.

**Connaissances préalables recommandées** (*descriptif succinct des connaissances requises pour pouvoir suivre cet enseignement – Maximum 2 lignes*).

**Contenu de la matière** (*indiquer obligatoirement le contenu détaillé du programme en présentiel et du travail personnel*)

**Mode d'évaluation :** *Contrôle continu, examen, etc...(La pondération est laissée à l'appréciation de l'équipe de formation)*

Contrôle continu + examen final

**Références** (*Livres et photocopiés, sites internet, etc*).

PERROUSSEAU Yves, *Mise en page et impression, notions élémentaires*,  
Ed. Atelier Perrousseau, Reillane, 1996.

DABNER David, *Création graphique. De l'idée à la maquette*  
Ed. Eyrolles, Paris, 2005

Pierre DUPLAN et Roger JAUNEAU, *Maquette et mise en page*,  
Editions du moniteur, 1989

JOLY M., *Introduction à l'analyse de l'image*,  
Ed. Nathan Université, 1993

Annette BEGUIN-VERBRUGGE, *Images en texte, images du texte*,  
Ed. Presses universitaires du Septentrion, 2006

BOUTAUD, J.-J., *Sémiotique et communication : du signe au sens*, Paris, L'Harmattan, 1998.

-CHRISTIN, A.-M., *L'Image écrite ou la déraison graphique*, Paris, Flammarion, 1996.

-DEBORD, G., *La Société du spectacle*, Paris, Gallimard, 1996.

## **Intitulé du Master : sciences du langage**

**Semestre : 2**

Intitulé de : **l'UEF 2**

**Intitulé de la matière** : Médias, culture et société - Message verbal et iconique

**Crédits : 2**

**Coefficients : 1**

**Objectifs de l'enseignement** (*Décrire ce que l'étudiant est censé avoir acquis comme compétences après le succès à cette matière – maximum 3 lignes*).

Cet enseignement constitue une introduction à l'analyse du fonctionnement des discours médiatiques. Il s'agira, prioritairement, de savoir décoder des messages ou des énoncés associant image et texte écrit.

**Connaissances préalables recommandées** (*descriptif succinct des connaissances requises pour pouvoir suivre cet enseignement – Maximum 2 lignes*).

**Contenu de la matière** (*indiquer obligatoirement le contenu détaillé du programme en présentiel et du travail personnel*)

**Mode d'évaluation** : *Contrôle continu, examen, etc... (La pondération est laissée à l'appréciation de l'équipe de formation)*

Contrôle continu + examen final

**Références** (*Livres et photocopiés, sites internet, etc*).

CAZENEUVE, J., *La Société de l'ubiquité*, Paris, Denoël, 1972.

-CHARAUDEAU, P., *Le Discours d'information médiatique : la construction du miroir social*, Paris, Nathan, 1999

-DAVALLON, J., *L'Exposition à l'œuvre : stratégies de communication et médiation symbolique*, Paris, L'Harmattan, 1999.

-BARTHES Roland, *La Chambre claire, note sur la photographie*, 1980, Paris, Éditions de l'étoile, Cahiers du cinéma, Seuil, 193 pages.

-BOURDIEU, Pierre, Passeron, Jean-Claude, *La Reproduction, éléments pour une théorie du Système d'enseignement*, 1970, Paris, Les Éditions de Minuit, 284 pages.

-ECO Umberto, *Les Limites de l'interprétation*, 1992, Paris, Éditions Grasset, 406 pages.

-SAOUTER Catherine, *Images et sociétés, Le progrès, les médias, la guerre*, 2003, Montréal, Les Presses de l'Université de Montréal, 182 pages.

SAOUTER Catherine, *Le Langage visuel*, 1998, Montréal, xyz éditeur, 159 pages.

**Intitulé du Master : sciences du langage**

**Semestre : 2**

Intitulé de : **l'UEF 2**

**Intitulé de la matière** : Éthique de la publicité.

**Crédits : 4**

**Coefficients : 2**

**Objectifs de l'enseignement** (*Décrire ce que l'étudiant est censé avoir acquis comme compétences après le succès à cette matière – maximum 3 lignes*).

Le cours dispensé s'efforcera d'établir des rapports entre les fondements de la communication et d'autres concepts appartenant à des domaines de spécialisation, dans notre cas : la publicité. Il s'agira pour l'étudiant de maîtriser la rhétorique ainsi que les techniques de persuasion.

**Connaissances préalables recommandées** (*descriptif succinct des connaissances requises pour pouvoir suivre cet enseignement – Maximum 2 lignes*).

**Contenu de la matière** (*indiquer obligatoirement le contenu détaillé du programme en présentiel et du travail personnel*)

**Mode d'évaluation** : *Contrôle continu, examen, etc... (La pondération est laissée à l'appréciation de l'équipe de formation)*

Contrôle continu + examen final

**Références** (*Livres et photocopiés, sites internet, etc*).

- BARTHES Roland, *L'Aventure sémiologique*, 1985, Paris, Éditions du Seuil, 179 pages.
- ETHIS Emmanuel, *Les spectateurs du temps. Pour une sociologie de la réception du cinéma* suivi de *La petite fabrique du spectateur*, Paris, éditions l'Harmattan, Collection Logiques sociales, 2004.
- GOFFMAN, Erving, *La Mise en scène de la vie quotidienne, 1. La présentation de soi*, 1973, Paris, Les Éditions de Minuit, 256 pages.
- GOMBRICH E.H., *L'art et l'illusion. Psychologie de la représentation picturale*, 2002, Paris, Phaidon, 385 pages.
- SAOUTER Catherine, *Images et sociétés, Le progrès, les médias, la guerre*, 2003, Montréal, Les Presses de l'Université de Montréal, 182 pages.
- FLOCH, J.-M., *Sémiotique, marketing et communication : sous les signes, les stratégies*, Paris, PUF, 1990
- JOLY, M. JOLY, M., *Limage et les signes : approche sémiologique de l'image fixe*, Nathan, Paris, 1994, *Limage et les signes : approche sémiologique de l'image fixe*, Nathan, Paris, 1994.
- MAIGRET, E., *Sociologie de la communication et des médias*, Paris, Armand Colin, 2003.
- PÉNINOU, G., *Intelligence de la publicité*, Paris, Laffont, 1972.
- WOLTON, D., *Éloge du grand public : une théorie critique de la télévision*, Paris, Flammarion, 1990.

## **Intitulé du Master : sciences du langage**

**Semestre : 2**

Intitulé de : **l'UEM 2**

**Intitulé de la matière** : Médias : multimédiatisation de l'information et radio

**Crédits : 4**

**Coefficients : 2**

**Objectifs de l'enseignement** (*Décrire ce que l'étudiant est censé avoir acquis comme compétences après le succès à cette matière – maximum 3 lignes*).

Il s'agira d'identifier la visée, ainsi que la mise en forme informationnelle dans les médias. L'étudiant sera en mesure d'analyser les divers niveaux de données produites par un médium spécifique ; formuler des hypothèses sur la place de ce dernier dans le flux informationnel.

**Connaissances préalables recommandées** (*descriptif succinct des connaissances requises pour pouvoir suivre cet enseignement – Maximum 2 lignes*).

**Contenu de la matière** (*indiquer obligatoirement le contenu détaillé du programme en présentiel et du travail personnel*)

**Mode d'évaluation** : *Contrôle continu, examen, etc...(La pondération est laissée à l'appréciation de l'équipe de formation)*

Contrôle continu + examen final

**Références** (*Livres et photocopiés, sites internet, etc*).

Charaudeau, P., 2005, Les médias et l'information. L'impossible  
Transparence du discours, De Boeck-INA.

Léon, J., 1999, Les entretiens publics en France. Analyse conversationnelle et prosodique, CNRS éditions.  
<http://asl.univ-montp3.fr/e41slmc/>

## **Intitulé du Master : sciences du langage**

**Semestre : 2**

Intitulé de : **l'UED 2**

**Intitulé de la matière** : Organisation, structuration et diffusion de l'info

**Crédits** : 1

**Coefficients** : 1

**Objectifs de l'enseignement** (*Décrire ce que l'étudiant est censé avoir acquis comme compétences après le succès à cette matière – maximum 3 lignes*).

Cet enseignement se fixe comme objectif la reconnaissance des différentes réalités professionnelles des secteurs qui se basent sur la diffusion de l'information. Chaque structure documentaire ou système d'information se ressource à partir de la diffusion de l'information, d'où la nécessité absolue d'identifier la cible du message avant d'élaborer la stratégie adéquate.

**Connaissances préalables recommandées** (*descriptif succinct des connaissances requises pour pouvoir suivre cet enseignement – Maximum 2 lignes*).

**Contenu de la matière** (*indiquer obligatoirement le contenu détaillé du programme en présentiel et du travail personnel*)

**Mode d'évaluation** : *Contrôle continu, examen, etc... (La pondération est laissée à l'appréciation de l'équipe de formation)*

Contrôle continu + examen final

**Références** (*Livres et photocopiés, sites internet, etc*).

BERNOUX Philippe, *La Sociologie des organisations*, 1990, Points Essais, Seuil, Paris, 382 Pages.

-BOUGNOUX Daniel, *Introduction aux sciences de la communication*, 1998, Paris, La Découverte, 125 pages.

-DAVALLON Jean, *L'Exposition à l'œuvre, stratégies de communication et médiation symbolique*, 1999, Paris, L'Harmattan Communication, 378 pages.

-ECO Umberto, *Les Limites de l'interprétation*, 1992, Paris, Éditions Grasset, 406 pages.

-JACOBI, Daniel et SCHIELE Bernard, *Vulgariser la Science : Le procès de l'ignorance*, 1988, Seyssel : Champ Vallon.

-PEDLER Emmanuel, *Sociologie de la communication*, 2000, Paris, Nathan Université, 128 pages.

-SCHIELE Bernard, *Les Territoires de la culture scientifique*, 2003, Lyon, Les Presses Universitaires de Lyon, 390 pages.

**Intitulé du Master** : sciences du langage

**Semestre** : 2

Intitulé de : **l'UED 2**

**Intitulé de la matière** : Dispositifs de formation et communication pédagogique

**Crédits** : 1

**Coefficients** : 1

**Objectifs de l'enseignement** (*Décrire ce que l'étudiant est censé avoir acquis comme compétences après le succès à cette matière – maximum 3 lignes*).

Ce cours se fixe comme objectif l'installation des outils théoriques et pratiques dans le domaine de la compréhension et de l'animation des situations pédagogiques.

**Connaissances préalables recommandées** (*descriptif succinct des connaissances requises pour pouvoir suivre cet enseignement – Maximum 2 lignes*).

**Contenu de la matière** (*indiquer obligatoirement le contenu détaillé du programme en présentiel et du travail personnel*)

**Mode d'évaluation** : *Contrôle continu, examen, etc... (La pondération est laissée à l'appréciation de l'équipe de formation)*

Contrôle continu + examen final

**Références** (*Livres et photocopiés, sites internet, etc*).

La Communication. État des savoirs, éd. Sciences Humaines, Paris, 1998.

Jean Meyriat, théoricien et praticien de l'information-documentation, ADBS, Paris, 2001.

-BATESON, G., JURGEN, R., Communication et société, Paris, Seuil, 1988 (édition originale 1968).

-BORZEIX, A., FRAENKEL, B. (dir.), Langage et travail : communication, cognition, action, Paris, CNRS éditions, 20

-BOUTAUD, J.-J., Sémiotique et communication : du signe au sens, Paris, L'Harmattan, 1998.

BRETON, Ph., PROULX, S., L'Explosion de la communication à l'aube du XXI<sup>e</sup> siècle, Paris, La Découverte, 2002

(édition originale 1993).

CHARAUDEAU, P., Le Discours d'information médiatique : la construction du miroir social, Paris, Nathan, 1997.

-DAVALLON, J., L'Exposition à l'œuvre : stratégies de communication et médiation symbolique, Paris, L'Harmattan, 1999.

-FLICHY, P., Une histoire de la communication moderne. Espace public et vie privée, Paris, La Découverte, 1991.

FLOCH, J.-M., Sémiotique, marketing et communication : sous les signes, les stratégies, Paris, PUF, 1990.

FOUCAULT, M., L'Archéologie du savoir, Paris, Gallimard, 1969.

-GREIMAS, A., COURTES, J., Dictionnaire raisonné de la théorie du langage (2 vol.), Paris, Hachette, 1979 et 1986.

GRISSET, P., Les Révolutions de la communication (XIX<sup>e</sup>-XX<sup>e</sup> siècles), Paris, Hachette, 1991.

**Intitulé du Master : sciences du langage**

**Semestre : 2**

Intitulé de : **l'UET 2**

**Intitulé de la matière** : Langue étrangère 2

**Crédits** : 1

**Coefficients** : 1

**Objectifs de l'enseignement** (*Décrire ce que l'étudiant est censé avoir acquis comme compétences après le succès à cette matière – maximum 3 lignes*).

Consolidation des compétences installées en S 1.

**Connaissances préalables recommandées** (*descriptif succinct des connaissances requises pour pouvoir suivre cet enseignement – Maximum 2 lignes*).

**Contenu de la matière** (*indiquer obligatoirement le contenu détaillé du programme en présentiel et du travail personnel*)

**Mode d'évaluation** : *Contrôle continu, examen, etc...(La pondération est laissée à l'appréciation de l'équipe de formation)*

Contrôle continu + examen final

**Références** (*Livres et photocopiés, sites internet, etc*).

BAUER, Laurie (1983, rééd. 2002). *English Word Formation*. Cambridge University Press. Cambridge Textbooks in Linguistics.

KATAMBA, Francis (1994). *English Words*. Routledge.

PAILLARD, Michel (2000) *Lexicologie contrastive anglais-français : formation des mots et construction du sens*. Paris, Ophrys.

TOURNIER, Jean (1988). *Précis de lexicologie anglaise*. Paris, Nathan.

- Chartier, Delphine & Marie-Claude Lauga-Hamid, *Introduction à la traduction*, Toulouse : PUM, 2002.

- Grellet, Françoise, *Initiation à la version anglaise*, Paris : Hachette, 2005

-----*Initiation au thème anglais*, Paris : Hachette, 2009

- Berland-Delépine, S., *La Grammaire pratique de l'anglais*, Paris : Ophrys, 2007

- une grammaire française : collection Bescherelle, par exemple ; Paris : Hatier 2006

-Bouscaren, C., Lab, F., *Les Mots entre eux*, Paris : Ophrys, 2000

**Intitulé du Master : sciences du langage**

**Semestre** : 2

Intitulé de : **l'UET 2**

**Intitulé de la matière** : Multimédia et l'enseignement du F.L.E

**Crédits : 1**  
**Coefficients : 1**

**Objectifs de l'enseignement** (*Décrire ce que l'étudiant est censé avoir acquis comme compétences après le succès à cette matière – maximum 3 lignes*).

Analyser les corpus réalisés au fur et à mesure des activités de compréhension orale proposées par certains logiciels. L'analyse du corpus renseignera sur l'impact du multimédia dans l'apprentissage de la compréhension orale et sur les étudiants qui profitent le mieux de cet outil.

**Connaissances préalables recommandées** (*descriptif succinct des connaissances requises pour pouvoir suivre cet enseignement – Maximum 2 lignes*).

**Contenu de la matière** (*indiquer obligatoirement le contenu détaillé du programme en présentiel et du travail personnel*)

**Mode d'évaluation** : *Contrôle continu, examen, etc... (La pondération est laissée à l'appréciation de l'équipe de formation)*

Contrôle continu + examen final

**Références** (*Livres et photocopiés, sites internet, etc*).

BARBOT Marie-José, *Les auto-apprentissages*, Paris, CLE-International, 2000.

GRISELIN Madeleine, MASSELOT-GIRARD Maryvonne, PETEY Mathilde (dir.), *Multimédia et construction des savoirs. Actes du Colloque International 25-28 mai 1999*, Besançon, Presses universitaires franc-comtoises, 2000, 315 p.

GAUTELLIER Christian, CRINON Jacques (dir.), *Apprendre avec le multimédia et Internet*, Paris, Retz, 2001, 220 p.

LINARD Monique, *Des machines et des hommes. Apprendre avec les nouvelles technologies*, Paris, L'Harmattan, 1996, 288 p., coll. "Savoir et formation" (nouvelle édition actualisée)

**Intitulé du Master : sciences du langage**

**Semestre : 3**

Intitulé de : **l'UEF 3**

**Intitulé de la matière** : Analyse des publics et stratégies de communication

**Crédits : 6**

## **Coefficients : 3**

**Objectifs de l'enseignement** (*Décrire ce que l'étudiant est censé avoir acquis comme compétences après le succès à cette matière – maximum 3 lignes*).

L'étudiant qui se trouve dans la situation de communicant doit être en mesure de définir précisément le public qu'il envisage de cibler lors de ses campagnes de communication externe. Ce cours s'efforce de doter les étudiants de moyens leur permettant de mener des études sur les spécificités du public-cible.

**Connaissances préalables recommandées** (*descriptif succinct des connaissances requises pour pouvoir suivre cet enseignement – Maximum 2 lignes*).

**Contenu de la matière** (*indiquer obligatoirement le contenu détaillé du programme en présentiel et du travail personnel*)

**Mode d'évaluation** : *Contrôle continu, examen, etc... (La pondération est laissée à l'appréciation de l'équipe de formation)*

Contrôle continu + examen final

**Références** (*Livres et photocopiés, sites internet, etc*).

ABERMAS, J., L'Espace public : archéologie de la publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise, Paris, Payot, 1992 (édition originale 1962)

-HOLZEM, M., Terminologie et documentation : pour une meilleure circulation des savoirs, Paris, ADBS, 1999

-JACOBI, D., La Communication scientifique : discours, figures, modèles, Grenoble, PUG, 1999.

JACQUINOT, G., Image et pédagogie : analyse sémiotique du film à intention didactique, Paris, PUF, 1977.

JAUSS, H. R., Pour une esthétique de la réception, Paris, Gallimard, 1978.

-LAMIZET, B., Les Lieux de la communication, Liège, Mardaga, 1992.

-LELEU-MERVIEL, S., La Conception en communication : méthodologie qualité, Paris, Hermès Science Publications, Lavoisier, 1997.

-MAIGRET, E., Sociologie de la communication et des médias, Paris, Armand Colin, 2003.

MAINGUENEAU, D., Genèses du discours, Liège, Mardaga, 1984.

MANIEZ, J., Actualité des langages documentaires : fondements théoriques de la recherche d'information, Paris, ADBS, 2002.

-MOLES, A., Théorie structurale de la communication et société, Paris, Masson, Paris, 1986.

-PÉNINO, G., Intelligence de la publicité, Paris, Laffont, 1972.

-SFEZ, Lucien (dir.), Dictionnaire encyclopédique et critique de la communication, Paris, PUF, 1992.

## **Intitulé du Master : sciences du langage**

**Semestre : 3**

Intitulé de : **l'UEF 3**

**Intitulé de la matière** : psychologie du consommateur et stratégies de persuasion

**Crédits : 6**

**Coefficients : 3**

**Objectifs de l'enseignement** (*Décrire ce que l'étudiant est censé avoir acquis comme compétences après le succès à cette matière – maximum 3 lignes*).

: cerner les tendances actuelles de consommation pour savoir définir en mieux les cibles de communication.

Initier les étudiants à l'analyse d'une image dans un contexte théorique et conceptuel dans la relation client-entreprise

**Connaissances préalables recommandées** (*descriptif succinct des connaissances requises pour pouvoir suivre cet enseignement – Maximum 2 lignes*).

**Contenu de la matière** (*indiquer obligatoirement le contenu détaillé du programme en présentiel et du travail personnel*)

**Mode d'évaluation** : *Contrôle continu, examen, etc...(La pondération est laissée à l'appréciation de l'équipe de formation)*

Contrôle continu + examen final

**Références** (*Livres et photocopiés, sites internet, etc*).

BARTHES, R., L'Aventure sémiologique, Paris, Seuil, 1985.

-BERTALLANFY, V., Théorie générale des systèmes, Paris, Dunod, 1973 (édition originale 1968).

-BORZEIX, A., FRAENKEL, B. (dir.), Langage et travail : communication, cognition, action, Paris, CNRS éditions, 20

-BOUTAUD, J.-J., Sémiotique et communication : du signe au sens, Paris, L'Harmattan, 1998.

CHARAUDEAU, P., Le Discours d'information médiatique : la construction du miroir social, Paris, Nathan, 1997-

-FLICHY, P., Une histoire de la communication moderne. Espace public et vie privée, Paris, La Découverte, 1991.

-FLOCH, J.-M., Sémiotique, marketing et communication : sous les signes, les stratégies, Paris, PUF, 1990.

-FOUCAULT, M., L'Archéologie du savoir, Paris, Gallimard, 1969.

-HABERMAS, J., L'Espace public : archéologie de la publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise, Paris, Payot, 1992 (édition originale 1962).

-HABERMAS, J., Théorie de l'agir communicationnel (2 vol.), Paris, Fayard, 1987 (édition originale 1981).

ACQUINOT, G., Image et pédagogie : analyse sémiotique du film à intention didactique, Paris, PUF, 1977.

-JOLY, M., L'image et les

**Intitulé du Master : sciences du langage**

**Semestre : 3**

Intitulé de : **l'UEF 3**

**Intitulé de la matière** : psychologie et sémiologie de la communication.

**Crédits : 6**

**Coefficients : 3**

**Objectifs de l'enseignement** (*Décrire ce que l'étudiant est censé avoir acquis comme compétences après le succès à cette matière – maximum 3 lignes*).

Avoir la capacité de décrypter les différents signes émis par l'agence ou l'entreprise à travers les rites, les symboles, mythes et l'imaginaire collectif.

Étude de la communication non verbale (kinésique, proxémique, comportementale, etc.)

**Connaissances préalables recommandées** (*descriptif succinct des connaissances requises pour pouvoir suivre cet enseignement – Maximum 2 lignes*).

**Contenu de la matière** (*indiquer obligatoirement le contenu détaillé du programme en présentiel et du travail personnel*)

**Mode d'évaluation** : *Contrôle continu, examen, etc...*(*La pondération est laissée à l'appréciation de l'équipe de formation*)

Contrôle continu + examen final

**Références** (*Livres et photocopiés, sites internet, etc*).

-BOUGNOUX (Daniel). - Introduction aux sciences de la communication. - Paris : La Découverte, 2002. - 128 p.(Coll. Repères n°245.)

ROCHEFORT (Robert). - La société des consommateurs. - Paris : Odile Jacob, 2001. - 279 p.

-WOLTON (Dominique). - Penser la communication. - Paris : Flammarion, 1997. - 410 p.

BRETON (Philippe) et PROULX (Serge). - L'explosion de la communication : introduction aux théories et aux pratiques de la communication. - Paris : La Découverte, 2006. - 382 p.

-NEVEU (Erik). - Une société de communication ? - Paris : Montchrestien, 2006. - 158 p.

-RIEFFEL (Rémy). - Que sont les médias ? : pratiques, identités, influences. - Paris : Gallimard, 2005. – 539p.

-CAUMONT (Daniel). - La publicité. – 2 édition. Paris : Dunod, les Topos, 2008. - 128 p.

-DELERM (Sophie), HELFER (Jean-Pierre), ORSONI (Jacques). - Les bases du marketing. - Paris : Vuibert, 2006. - 214 p.

-HELPER (Jean-Pierre), ORSONI (Jacques). - Marketing. - Paris : Vuibert, 2007. - 416 p.

-WOLSKI-QUERE (Murielle). - Les métiers du marketing. - Paris : L'étudiant, 2002. - 184 p.

-Presse professionnelle : Stratégies, CB News, LSA, Revue française du marketing

-Internet : [www.toutsurlacom.com](http://www.toutsurlacom.com)

-LE GALL (Jean-Marc). - La gestion des ressources humaines. - Paris : PUF, 2007. - 127 p. - (Coll. Que sais-je ? n° 2646.)

**Intitulé du Master : sciences du langage**

**Semestre : 3**

Intitulé de : **l'UEF 3**

**Intitulé de la matière** : publicité et marketing

**Crédits : 6**

**Coefficients : 3**

**Objectifs de l'enseignement** (*Décrire ce que l'étudiant est censé avoir acquis comme compétences après le succès à cette matière – maximum 3 lignes*).

Élaborer des études de marché, dispositifs d'enregistrement .etc.

Acquérir une méthodologie pour l'analyse des besoins des clients, de la structure des marchés et de la dynamique, mise en place par les concurrents, afin de repérer les opportunités et les menaces qui risquent de mettre en péril les produits et les marques

**Connaissances préalables recommandées** (*descriptif succinct des connaissances requises pour pouvoir suivre cet enseignement – Maximum 2 lignes*).

**Contenu de la matière** (*indiquer obligatoirement le contenu détaillé du programme en présentiel et du travail personnel*)

**Mode d'évaluation** : *Contrôle continu, examen, etc...(La pondération est laissée à l'appréciation de l'équipe de formation)*

Contrôle continu + examen final

**Références** (*Livres et photocopiés, sites internet, etc*).

ROCHEFORT (Robert). - La société des consommateurs. - Paris : Odile Jacob, 2001. - 279 p.

-d'ALMEIDA (Nicole). - Les promesses de la communication. - 2<sup>e</sup> édition. Paris : PUF, 2006. - 264 p.

-BEAUDOIN (Jean-Pierre). - Être à l'écoute du risque d'opinion. - Paris : Éditions d'Organisation, 2001. - 205 p.

-NEVEU (Erik). - Une société de communication ? - Paris : Montchrestien, 2006. - 158 p.

-WESTPHALEN (Marie-Hélène). - Communication : le guide de la communication d'entreprise. – 4<sup>e</sup> édition. Paris : Dunod, 2002. - 420 p.

-CAUMONT (Daniel). - La publicité. - 2<sup>e</sup> édition. Paris : Dunod, les Topos, 2008. - 128 p.

DELERM (Sophie), HELFER (Jean-Pierre), ORSONI (Jacques). - Les bases du marketing. - Paris : Vuibert, 2006. - 214 p.

-HELFER (Jean-Pierre), ORSONI (Jacques). - Marketing. - Paris : Vuibert, 2007. - 416 p.

-MARTIN (Marc). - Trois siècles de publicité en France. - Paris : Odile Jacob, 1992. - 434 p.

-MATTELART (Armand). - La publicité. - Paris : La Découverte, 1994. - 128 p.

-WOLSKI-QUERE (Murielle). - Les métiers du marketing. - Paris : L'étudiant, 2002. - 184 p.

-Presse professionnelle : Stratégies, CB News, LSA, Revue française du marketing

-Internet : [www.toutsurlacom.com](http://www.toutsurlacom.com)

## **Intitulé du Master : sciences du langage**

**Semestre : 3**

Intitulé de : **l'UEM 3**

**Intitulé de la matière** : Préparation au projet professionnel

**Crédits : 4**

**Coefficients : 2**

**Objectifs de l'enseignement** (*Décrire ce que l'étudiant est censé avoir acquis comme compétences après le succès à cette matière – maximum 3 lignes*).

L'enseignement dispensé dans cette matière se fixe comme objectif la préparation des étudiants à une réelle insertion dans les situations professionnelles.

**Connaissances préalables recommandées** (*descriptif succinct des connaissances requises pour pouvoir suivre cet enseignement – Maximum 2 lignes*).

**Contenu de la matière** (*indiquer obligatoirement le contenu détaillé du programme en présentiel et du travail personnel*)

**Mode d'évaluation** : *Contrôle continu, examen, etc... (La pondération est laissée à l'appréciation de l'équipe de formation)*

Contrôle continu + examen final

**Références** (*Livres et photocopiés, sites internet, etc*).

-Boutinet (J P). (1993). Anthropologie du projet. Paris, PUF, 3<sup>ème</sup> édition.

-Le Ninan (C). (2001). Pédagogie du projet. Séminaire de DESS AIDL. Université de Franche-Comté.

-fiches ressources en ligne sur le blog pédagogique

-MICHEL, Jean-Luc (2008). *Les professions de la communication : fonctions et métiers*. Paris : Ellipses. 3<sup>ème</sup> éd. 236 p.

## **Intitulé du Master : sciences du langage**

**Semestre : 3**

Intitulé de : **l'UEM 3**

**Intitulé de la matière : Méthodologie du projet de stage**

**Crédits : 4**

**Coefficients : 2**

**Objectifs de l'enseignement** (*Décrire ce que l'étudiant est censé avoir acquis comme compétences après le succès à cette matière – maximum 3 lignes*).

Identifier et mettre en pratique les outils méthodologiques pour des projets de stages. Analyses de communications et projet professionnel

**Connaissances préalables recommandées** (*descriptif succinct des connaissances requises pour pouvoir suivre cet enseignement – Maximum 2 lignes*).

**Contenu de la matière** (*indiquer obligatoirement le contenu détaillé du programme en présentiel et du travail personnel*)

**Mode d'évaluation** : *Contrôle continu, examen, etc... (La pondération est laissée à l'appréciation de l'équipe de formation)*

Contrôle continu + examen final

**Références** (*Livres et photocopiés, sites internet, etc*).

## **Intitulé du Master : sciences du langage**

**Semestre : 3**

Intitulé de : **l'UET 3**

**Intitulé de la matière** : Langue étrangère 2

**Crédits : 1**

**Coefficients : 1**

**Objectifs de l'enseignement** (*Décrire ce que l'étudiant est censé avoir acquis comme compétences après le succès à cette matière – maximum 3 lignes*).

Se familiariser et utiliser la terminologie des média en contexte

**Connaissances préalables recommandées** (*descriptif succinct des connaissances requises pour pouvoir suivre cet enseignement – Maximum 2 lignes*).

**Contenu de la matière** (*indiquer obligatoirement le contenu détaillé du programme en présentiel et du travail personnel*)

**Mode d'évaluation** : *Contrôle continu, examen, etc... (La pondération est laissée à l'appréciation de l'équipe de formation)*

Contrôle continu + examen final

**Références** (*Livres et photocopiés, sites internet, etc*).

Dictionnaire bilingue (ex. *Robert et Collins Senior*, ed. Dictionnaires Le Robert, ou version Compact Plus, un peu moins chère ; ou encore le dictionnaire *Harrap's*).

Dictionnaire unilingue anglais (ex. *Oxford Advanced Learner's Dictionary*, ed. Oxford ou *Cambridge Advanced Learner's Dictionary*, ed. Cambridge ou *Longman Dictionary of Contemporary English*, ed. Longman -- ces dictionnaires se valent).

Dictionnaire unilingue français (ex. *Le Petit Robert* ou *Le Larousse*).

*Le mot et l'idée 2*, J. Rey, C. Bouscaren et A. Monoulou, éditions Ophrys. (Il s'agit d'un ouvrage thématique **fortement conseillé**, et qui servira aussi pour la traduction). Ceux qui ont déjà *Petit vocabulaire anglais* de J. Rey, éd. Ophrys, peuvent éventuellement se passer de cet achat (même si son contenu est plus léger).

Le Bescherelle (3 ouvrages de langue française) : 1. Conjugaison ; 2. Orthographe ; 3. Grammaire, collection Bescherelle, Hatier.

## **Intitulé du Master : sciences du langage**

**Semestre : 3**

Intitulé de : **l'UET 3**

**Intitulé de la matière** : éthique et développement durable

**Crédits : 1**

**Coefficients : 1**

**Objectifs de l'enseignement** (*Décrire ce que l'étudiant est censé avoir acquis comme compétences après le succès à cette matière – maximum 3 lignes*).

Apprendre les fondamentaux du développement durable, les principes de l'éthique et leur application auprès des entreprises et sociétés.

**Connaissances préalables recommandées** (*descriptif succinct des connaissances requises pour pouvoir suivre cet enseignement – Maximum 2 lignes*).

**Contenu de la matière** (*indiquer obligatoirement le contenu détaillé du programme en présentiel et du travail personnel*)

**Mode d'évaluation** : *Contrôle continu, examen, etc...(La pondération est laissée à l'appréciation de l'équipe de formation)*

Contrôle continu + examen final

**Références** (*Livres et photocopiés, sites internet, etc*).

WESTPHALEN (Marie-Hélène). - Communication : le guide de la communication d'entreprise. – 4<sup>e</sup> édition. Paris : Dunod, 2002. - 420 p.

- BATESON, G., Vers une écologie de l'esprit (2 vol.) Paris, Seuil, 1977, 1980 (édition originale 1972)

- BERTALLANFY, V., Théorie générale des systèmes, Paris, Dunod, 1973 (édition originale 1968).

- BORZEIX, A. FRAENKEL, B. (dir.), Langage et travail : communication, cognition, action, Paris, CNRS éditions, 2001.

-LE COADIC, Y, Usages et usagers de l'information, Paris, ADBS, 1997.

LEGENDRE, P., Paroles poétiques échappées du texte : leçons sur la communication industrielle, Paris, Seuil, 1982.

-LELEU-MERVIEL, S., La Conception en communication : méthodologie qualité, Paris, Hermès Science publications, Lavoisier, 1997.

- VARELA, F. J, Quel savoir pour l'éthique ? Paris, La Découverte, 1996.

## **V- Accords ou conventions**

**NON**

(Si oui, transmettre les accords et/ou les conventions dans le dossier papier de la formation)

## **LETTRE D'INTENTION TYPE**

**(En cas de master coparrainé par un autre établissement universitaire)**

**(Papier officiel à l'entête de l'établissement universitaire concerné)**

Objet : Approbation du coparrainage du master intitulé :

Par la présente, l'université (ou le centre universitaire) déclare coparrainer le master ci-dessus mentionné durant toute la période d'habilitation de ce master.

A cet effet, l'université (ou le centre universitaire) assistera ce projet en :

- Donnant son point de vue dans l'élaboration et à la mise à jour des programmes d'enseignement,
- Participant à des séminaires organisés à cet effet,
- En participant aux jurys de soutenance,
- En œuvrant à la mutualisation des moyens humains et matériels.

SIGNATURE de la personne légalement autorisée :

FONCTION :

Date :

## **LETTRE D'INTENTION TYPE**

**(En cas de master en collaboration avec une entreprise du secteur utilisateur)**

**(Papier officiel à l'entête de l'entreprise)**

**OBJET :** Approbation du projet de lancement d'une formation de master intitulé :

Dispensé à :

Par la présente, l'entreprise \_\_\_\_\_ déclare sa volonté de manifester son accompagnement à cette formation en qualité d'utilisateur potentiel du produit.

A cet effet, nous confirmons notre adhésion à ce projet et notre rôle consistera à :

- Donner notre point de vue dans l'élaboration et à la mise à jour des programmes d'enseignement,
- Participer à des séminaires organisés à cet effet,
- Participer aux jurys de soutenance,
- Faciliter autant que possible l'accueil de stagiaires soit dans le cadre de mémoires de fin d'études, soit dans le cadre de projets tuteurés.

Les moyens nécessaires à l'exécution des tâches qui nous incombent pour la réalisation de ces objectifs seront mis en œuvre sur le plan matériel et humain.

Monsieur (ou Madame).....est désigné(e) comme coordonateur externe de ce projet.

**SIGNATURE** de la personne légalement autorisée :

**FONCTION :**

**Date :**

**CACHET OFFICIEL ou SCEAU DE L'ENTREPRISE**



## NOUVELLES OFFRES DE FORMATION 2016 / 2017

### Offres de formation LICENCES / MASTERS par domaine

Etablissement: Université Dr. Tahar Moulay Saïd

Faculté / Institut : des Langues, des Lettres et des Arts.

Domaine: LLE

Filières	Spécialités	Licence/ Master
Langue française	Science du Langage	Master
	Langue appliquée	Master





