

Théories de la communication

Niveau d'étude
Bac +3

Composante
Institut d'Administration des Entreprises (IAE)

En bref

- # **Langue(s) d'enseignement:** Français
- # **Méthodes d'enseignement:** En présence
- # **Organisation de l'enseignement:** Formation initiale
- # **Ouvert aux étudiants en échange:** Non

Présentation

Description

Ce cours a pour objectif d'apporter aux étudiant-es les bases théoriques des Sciences de l'Information et de la Communication, par la présentation de différents courants de recherche, la lecture d'articles scientifiques et d'extraits d'ouvrage, ainsi que des exercices pratiques de mise en œuvre de méthodes d'analyse de corpus médiatiques.

Heures d'enseignement

CM CM 21h

Programme détaillé

1. Cybernétique
2. Mass Communication Research
3. Les théories interactionnistes
4. Les théories des médias
5. Uses and Gratifications
6. Les Cultural Studies

7. Analyser les médias contemporains

Compétences visées

BC1-3 : Produire des analyses de gestion, commenter les résultats théoriques et formuler des préconisations

BC3-4 : Mobiliser des méthodes qualitatives ou quantitatives complexes pour réaliser une analyse économique/gestion

BC5-3 : Exploiter les résultats de sa recherche à des fins d'analyse dans le respect des normes (citation des sources)

Bibliographie

Communication par la bande, Paris : La découverte, 1991.

Erving GOFFMAN (1973), La mise en scène de la vie quotidienne, Editions de Minuit.

Stuart HALL (2007), Culture et identités. Politiques des Cultural Studies, éditions Amsterdam.

Elihu KATZ et Paul L. LAZARSFELD (1955/2008), Influence personnelle. Ce que les gens font des médias, Armand Colin.

Sarah LECOSSAIS, Nelly QUEMENER (2018), En quête d'archives. Bricolages méthodologiques en terrains médiatiques, éditions de l'INA.

Yves WINKIN (1981), La nouvelle communication, éditions du Seuil."

Infos pratiques

Lieu(x)

Poitiers-Centre Ville

En savoir plus

<https://iae.univ-poitiers.fr>