

Contenus

| Nom du Cours | | Semestre du Cours | Cours Théoriques | Travaux Dirigés (TD) | Travaux Pratiques (TP) | Crédit du Cours | ECTS |
|--------------|------------------|-------------------|------------------|----------------------|------------------------|-----------------|------|
| SÏY 631 | Culture visuelle | 1 | 2 | 0 | 0 | 2 | 4 |

| | |
|---------------------------------|--|
| Cours Pré-Requis | |
| Conditions d'Admission au Cours | |

| | |
|-------------------|--|
| Langue du Cours | Turc |
| Type de Cours | Obligatoire |
| Niveau du Cours | Master |
| Objectif du Cours | L'objectif de cours est de donner aux étudiants les éléments théoriques et pratiques de la sémiotique pour qu'ils utilisent la sémiotique comme un moyen de saisir le sens caché de la communication de masse. |
| Contenus | les origines et les théoriciens de la sémiotique les principes de la sémiotique la sémiotique visuelle |
| Ressources | Joseph Courtés, Semiotique. Dictionnaire raisonné de la théorie du langage. Hachette. 1994. Martine Joly, Introduction à l'analyse de l'image. Broché. Mariette Julien, L'Image Publicitaire des Parfums: Communication Olfactive, Paris, Harmattan, 1997. |

Intitulés des Sujets Théoriques

| Semaine | Intitulés des Sujets |
|---------|---|
| 1 | Les caractéristiques de la culture visuelle |
| 2 | L'évolution de la culture visuelle |
| 3 | La notion d'image |
| 4 | La notion d'image |
| 5 | Sémiotique |
| 6 | Sémiotique visuelle |
| 7 | Présentations |
| 8 | Présentations |
| 9 | L'analyse de l'image publicitaire |
| 10 | L'analyse de l'image publicitaire |
| 11 | L'analyse de l'image télévisuelle |
| 12 | L'analyse de l'image de cinématographique |
| 13 | Présentations |
| 14 | Présentations |