L'entreprise au cinéma

**ECTS** : 3

**Description du contenu de l'enseignement :**

Le cours consiste à réfléchir ensemble à la représentation cinématographique documentaire du marché, de la consommation, de l'entreprise. En quoi ce type de représentation cinématographique permet de penser différemment, et de manière critique, ces objets ? Après une introduction générale autour de la représentation cinématographique, et une séance présentant les différents « modes » documentaires (Nichols, 2010), nous étudions ensemble un ou deux films documentaires représentant le marché, la consommation et l'entreprise. Les deux dernières séances sont consacrées à la projection-débat de l'ensemble des vidéos produites par les étudiant.e.s. sur le thème « marketing et société » (en collaboration avec le cours "Marketing & Society").

**Compétence à acquérir :**

A l'issue de cet enseignement, l'étudiant.e aura interrogé de manière critique la société (marché, entreprise, travail) à travers des représentations cinématographiques documentaires, les siennes et celles d'autres cinéastes, et saura apprécier et distinguer les différents "modes" documentaires de saisie du réel.

**Mode de contrôle des connaissances :**

Les étudiants réalisent en groupe de 3 un court-métrage vidéo documentaire sur un sujet de leur choix, en lien avec le cours « Marketing & society » de G. Johnson. L'évaluation est constituée d'une note de participation, d'un essai réflexif sur sa propre vidéo documentaire, et d'une note critique sur les vidéos des autres groupes d'étudiants.

**Bibliographie, lectures recommandées :**


• Muhle, M. (2012). Documentaire. In De Baeque A., & Chevalier, P. (Eds.).*Dictionnaire de la pensée du cinéma*(pp. 239-243), Paris : PUF.

• Nichols, B. (1991). *Representing reality. Issues and concepts in documentary*. Indiana University Press.

• Nichols, B. (2010). *Introduction to documentary*. Indiana University Press.

• Niney, F. (2009). *Le documentaire et ses faux-semblants*. Klincksieck.