

Marketing & Society Film documentaire, marché et société

**ECTS** : 3

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

"Marketing, société et film documentaire" propose une double réflexion théorique sur le thème « marketing & société » et sur l'objet filmique documentaire, aboutissant à la création par les étudiant-es d'une vidéo documentaire critique sur le thème « marketing & société ».

La partie du cours animée par Guillaume Johnson, aborde le thème « Marketing & Société », c'est-à-dire le marketing de manière critique, en mettant en lumière l'impact sur la société de notions telles que l'image de marque, les études de marché, la relation-client et la promotion. Le cours retrace l'histoire du marketing, examine son rôle idéologique et traite de thèmes controversés comme la marchandisation, le greenwashing, l'appropriation culturelle et la sous-traitance, entre autres. Ces sujets sont examinés en lien avec les droits des consommateur.rices et leurs stratégies de résistance.

Dans l'autre partie du cours, animée par Stéphane Debenedetti, le concept de film documentaire est abordé théoriquement et illustré à travers de nombreux extraits de films, permettant de distinguer différents « modes » de représentation filmique documentaire et leurs conséquences. Quelques extraits plus longs (30 mn à 1h), en lien avec la thématique « Marketing & Société », sont ensuite étudiés afin d'appliquer le cadre théorique proposé.

Ces sept premières séances fournissent les bases théoriques nécessaires pour permettre aux étudiant.es de réfléchir au contenu (« Marketing & Société ») et au format (« film documentaire ») de leur propre réalisation documentaire. Une huitième séance de suivi des projets réunit les deux enseignants.

Enfin, les deux dernières séances – décalées dans le temps des huit premières – sont consacrées à la projection-débat de l'ensemble des vidéos documentaires produites par les étudiant.es.

**Compétence à acquérir :**

A l'issue du cours "Marketing, société et film documentaire", les étudiant.es auront interrogé de manière critique le marketing, le marché, la consommation et/ou l'entreprise à travers des représentations cinématographiques documentaires variées – les leurs, celles de leurs pairs et celles de cinéastes reconnu.es. Ils.elles seront en mesure d'analyser les enjeux sociétaux du marketing et de distinguer les différents « modes » documentaires de saisie du réel, ainsi que leurs implications esthétiques, épistémologiques et politiques.

[Notons bien ici qu'il ne s'agit pas d'un cours pratique visant à enseigner la création de vidéos]

**Mode de contrôle des connaissances :**

Les étudiant.es réalisent par groupe de 3 ou 4 un court-métrage vidéo documentaire sur un sujet de leur choix en lien avec la thématique « Marketing et Société ». L'évaluation porte non pas sur les qualités techniques du film, mais sur la participation et la capacité des étudiants à analyser leur propre travail sur le fond et la forme, ainsi que ceux de leurs camarades.

Pour valider l'UE, les étudiant.es doivent :

- participer en cours
- produire une vidéo (en groupe) de 10 mn environ sur le thème « Marketing & Société »
- rendre une analyse réflexive (en groupe, 3 à 5 pages) concernant leur vidéo
- rendre un document (en groupe) commentant (environ ½ page par vidéo) et évaluant (évaluation par les pairs) les vidéos des autres groupes

**Bibliographie, lectures recommandées :**

- Eagle, Lynne and Stephan Dahl (2015), Marketing Ethics & Society. London: Sage Publications, Inc.
- Ellis, Nick, James Fitchett, Matthew Higgins, Gavin Jack, Ming Lim, Michael Saren and Mark Tadjewski (2010), Marketing: A Critical Textbook. London: Sage Publications, Inc.
- 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.

**Document susceptible de mise à jour - 02/04/2026**

**Université Paris Dauphine - PSL** - Place du Maréchal de Lattre de Tassigny - 75775 PARIS Cedex 16