Espagnol - Médias et communication

ECTS : 2

Volume horaire : 18

Description du contenu de l'enseignement :

Savoir mieux décrypter le rôle des images (fixes ou mobiles) dans les médias, apprendre à interpréter les choix créatifs dans une publicité, ou encore comprendre l'impact des réseaux sociaux dans notre société, cet enseignement prendra appui sur des supports variés ; ces contenus seront étudiés en tenant compte du rôle qu'ils jouent dans la transmission, le renforcement ou, au contraire, la déconstruction des modèles culturels.
L'accent sera mis sur la place et la fonction occupée par les images : éléments propres au langage de l'image (code des couleurs, interactions avec les discours écrits ou oraux).

Approche actionnelle et collaborative : il s'agira d'analyser et de décoder tout ce qui est sous-jacent dans un spot publicitaire, la couverture d'un magazine, la une d'un journal, etc., et de le mettre ensuite en œuvre (seul ou à plusieurs) au travers de productions propres.

Compétence à acquérir :

Enseignement dispensé en espagnol, qui vise à aider les étudiantes et les étudiants à mieux se repérer dans un monde « VICA » (Volatile, Incertain, Complexe et Ambigu) tout en améliorant leurs compétences langagières en espagnol.

Mode de contrôle des connaissances :

- 100% Contrôle continu.

Bibliographie, lectures recommandées :

À définir lors du premier cours.