**Université PANTHÉON - ASSAS (PARIS II)** **U.E.C. 2**

 **Droit - Economie - Sciences Sociales** Code matière : 6065

 Paris

 **Session :**  Mai- Juin 2021

 **Année d'étude :**  Troisième année de Licence Sciences de l’Information et de la Communication

 **Discipline :**  La Publicité

 (Unités d’Enseignements Complémentaires 2)

 **Titulaire(s) du cours : Flore Di Scilullo, Marie-Eva Lesaunier**

**Durée de l’épreuve : 1 heure et 30 minutes**

**Nombre de pages du sujet : 3**

**Document(s) autorisé(s) : dictionnaire pour les étudiants non-francophones**

***Vous répondrez aux questions suivantes de manière précise et argumentée. Les différentes questions du cours portent respectivement sur les enseignements proposés par Flore Di Sciullo et Marie-Eva Lesaunier. Attention : Le copié-collé des supports de cours, ainsi que le plagiat, sont strictement interdits dans le cadre de cette épreuve.***

*Orthographe et qualité de l’expression : 1 point*

**Segment « Histoire et sémiotique »**

***1.     Question courte (500-1000 signes) — 2 points***

De quelle période peut-on dater la naissance de la publicité en France ? Pourquoi ce contexte y était-il favorable ?

***2.     Question courte (500-1000 signes) — 2 points***

Listez les principales caractéristiques de la propagande, dans son opposition à la publicité et le fonctionnement de ses supports visuels.

***3.     Question longue (1 500-2000 signes) — 5 points***

Proposez une analyse sémiotique de la campagne publicitaire ci-dessous, en expliquant de quelle manière des stéréotypes peuvent ici être construits, ou à l’inverse déconstruits.

    

Affiches de la campagne publicitaire de la marque © Gilette, 2020

**Segment « approche socio-économique »**

**4. *Question courte (500-1000 signes) — 3 points***

Quels sont les principaux acteurs économiques du marché publicitaire ? Vous expliciterez leur fonction au sein de ce marché, et les interactions induites avec les autres acteurs.

**5. *Question courte (500-1000 signes) — 3 points***

Par quels processus et stratégies l’activité publicitaire s’est-elle légitimée en tant que profession au cours du XXème siècle ?

**6. *Question longue (1 500-2000 signes) — 4 points***

D’un point de vue international, pourquoi dit-on que la publicité est passée de l’idée de la standardisation à celle de l’adaptation aux contextes locaux ? Quels sont les enjeux sous-jacents à cette évolution ?