

Story telling



En bref

- > **Langues d'enseignement:** Français
- > **Méthodes d'enseignement:** En présence
- > **Ouvert aux étudiants en échange:** Oui

Présentation

Objectifs

Comprendre la place (et les enjeux) des récits dans nos sociétés

Saisir les principes de la narration et ses divers usages (Fiction, publicité, storytelling)

Organiser et mettre en œuvre une narration storytelling

Adapter son storytelling en fonction du support de communication (plateforme mono ou multi médias)

Heures d'enseignement

Story telling - CM	Cours Magistral	10,5h
Story telling - TD	Travaux Dirigés	10,5h

Plan du cours

Principes de dramaturgie

Ça n'existe pas

L'homme et les Récits du monde

Le personnage : un vecteur émotionnel

Histoire et Narration : Le point de vue

Raconter c'est créer un univers

Principes d'unité et de diversité.

Le concept narratif : une expérience de laboratoire,

Sujet concret et Thème abstrait

La dynamique Thématique (message)

Le désir mimétique (en publicité)

Mimétisme d'apprentissage

Le désir d'appropriation ou désir d'être

La figure triangulaire

Le désir suggéré par un autre

Médiateur externe et Médiateur interne.

Publicité et désir d'appropriation

Publicité et désir de distinction

Et la Marque devint récit

Du logo à la Marque

Une marque est une relation : une connexion émotionnelle

Distinction et consolation : un ré enchantement du monde.

Une vision du monde : l'univers symbolique (de la marque, de l'entreprise)

Les attentes du consommateur : imaginaire, sensorielle, esthétique, financière, sociétale.

Schéma structurel storytelling

L'identité de la société

Sa démarche collective

Pour et contre qui/quoi se bat elle ?

En quoi se différencie-t-elle ?

Ses compétences et ses valeurs

Ses capacités mobilisatrices

Réussite et transformation

L'orientation, La complication, l'action, la résolution, le résultat

Le voyage du héros (communication)

Un récit universel

Un personnage en apprentissage

L'appel de l'aventure : une expérience vécue et partagée

Le héros c'est la Marque (ou l'entreprise),

Langage et outils symboliques

Client/ héros et produit/compagnon

Compétences visées

Acquisition des outils de narration

Première expérience de narration Storytelling

Infos pratiques

Lieux

› Anancy-le-Vieux (74)

Campus

› Anancy / campus d'Anancy-le-Vieux