

DAF : MARKETING – PUBLICITÉ - COMMERCIAL

1983

PIOT (Alain).- Pouvoir des consommateurs ou pouvoir consommer. 1983. Mention : Très bien. **DAF
1983
02**

1984

LAURENT (François).- Sémiologie publicitaire : rhétorique, énonciation. 1984. Mention : Très bien. **DAF
1984
01**

1985

DI NATALE (Marc).- La société habille la publicité. Influence de la parole sociale sur la parole commerciale. 1985. Mention : Très bien. **DAF
1985
01**

GAVRILOFF (Yvan).- L'ordinateur et ses rapports avec le mot d'esprit. 1985. Mention : Très bien. **DAF
1985
02**

1987

TIXIER (Maud).- Confrontation du message linguistique des annonces aux critères d'efficacité de l'écriture : une nouvelle voie pour la recherche publicitaire ? 1987. Mention : Très bien avec les félicitations du jury. **DAF
1987
01**

1990

LE CORRE (Patrick).- Le jardin des Délices ou A la recherche des conditions de fonctionnement d'une sémiotique internationale appliquée à l'évaluation des manifestes publicitaires à vocation européennes. 1990. Mention : Très bien. **DAF
1990
01**

1993

SIETY (Anne).- L'invitation à la folie : le personnage du fou dans les films publicitaires : le cas de la boulimie. 1993. Mention : Très bien. **DAF
1993
01**

BERTHELOT (Karine).- *Les mots pour le dire et le vendre : le langage publicitaire, facteur et vecteur de néologie.* 1993. Mention : Très bien. **DAF
1993
02**

1996

BRISSY (Odile).- *Alice au pays des marques : sens, fonctions et mémorisation de la marque chez les enfants de 7/8 ans.* 1996. Mention : Très bien. **DAF
1996
05**

1998

COTS (Vanessa).- *Sémiologie de la communication publicitaire sur la téléphonie mobile : le mythe d'un lien renoué. (1 VHS).* 1998. Mention : Très bien. **DAF
1998
01**

2000

POUJADE (Cécile).- *Le conte et la fable en publicité : « plaisirs palempsestueux » au service d'une quête post-moderne.* 2000. Mention : Très bien. **DAF
2000
01**

2001

AÏM (Olivier).- *La fonction testimoniale en rhétorique publicitaire : de la figure du témoin à la figure de l'expert.* 2001. Mention : Très bien. **DAF
2001
01**

2002

BALAFREJ (Hend).- *La parole désenchantée : les effets du 11 septembre sur la communication publicitaire : conflit énonciatif transitoire ou rupture discursive majeure ?* 2002. Mention : Très bien. **DAF
2002
01**

2004

KUNERT (Stéphanie).- *« Représentations sociales et stéréotypie » : l'assignation d'identité et la construction de communauté : lorsque les minorités sexuelles deviennent objet discursif dans la pratique du marketing.* 2004. Mention : Très bien. (2 volumes) **DAF
2004
01**

2006

FERE (Julien).- *Archéologie des tendances : étude d'un dispositif d'interprétation et de production des savoirs.* 2006. Mention : Très bien. **DAF
2006
01**

2010

LIEPUONIUTE (Indre).- Les Champs-Élysées : la construction du dispositif publicitaire. 2010. Mention : Très bien.

DAF
2010
01

2012

MELOT (Clara).- La stéréotypie comme stratégie énonciative dans les discours "développement durable" des marques de distributeur. 2012. Mention : Bien.

DAF
2012
01

2013

ZOZZOLI (Béatrice).- L'analyse de l'identité et de l'image des marques L'Oréal et Natura sur Facebook : une comparaison de leur production écrite et visuelle entre le Brésil et la France. 2013. Mention : Très bien.

DAF
2013
01

2015

LE MAY (Florence).- Publicitarité de la crise : de la reproduction à la transformation par une réécriture : application au cas de La Redoute. 2015. Mention : Bien

DAF
2015
01

10/02/2017