

**ELC 153 DIFFUSION ET PROMOTION DU LIVRE
(3 crédits)**

PRÉALABLE : aucun

Nombre limite : 40 étudiantes ou étudiants

DESCRIPTEURS :

Objectifs : Comprendre comment les acteurs de la chaîne du livre communiquent avec le public; analyser les impacts de leurs initiatives promotionnelles sur l'appropriation du livre et des textes littéraires par les lectrices et lecteurs.

Contenu : Approches théoriques : histoire du livre, sociologie de la littérature et paratexte. Portrait des acteurs de la commercialisation du livre et des vitrines promotionnelles liées à la littérature : librairies, bibliothèques, salons du livre,ancements, conférences, tournées, critiques, prix littéraires, réseaux sociaux, relais médiatiques.

AUTRES INFORMATIONS GÉNÉRALES

Pour vérifier si cette activité pédagogique est offerte à la présente session, consulter l'horaire sur le site du Département des arts, langues et littératures à la rubrique [Étudiants actuels](http://www.usherbrooke.ca/dall/etudiants-actuels) (www.usherbrooke.ca/dall/etudiants-actuels).

ELC 153 DIFFUSION ET PROMOTION DU LIVRE

Approche pédagogique

Le cours repose sur un ensemble d'exposés magistraux entrecoupés d'exemples et de périodes de discussion. Ces exposés s'appuient sur un ou des articles regroupés dans un recueil disponible chez Photadme (A8-151). Les articles doivent avoir été lus avant le cours.

Lectures obligatoires : les textes à lire pour la séance suivante seront indiqués par l'enseignant au terme de chaque séance de cours.

S'il y a lieu, les présentations PowerPoint utilisées durant les séances de cours pourront être téléchargées à partir du site Moodle du cours.

Évaluation

Compte-rendu d'un événement	25%
Examen	35%
Travail de session	
Présentation du sujet	5%
Travail écrit	35%

Bibliographie

Une bibliographie sélective sera distribuée au premier cours.