

**ELD 720 COMMERCIALISATION DU LIVRE
(3 crédits)**

PRÉALABLE : aucun

Nombre limite : 30 étudiantes ou étudiants

DESCRIPTEURS :

Objectifs : Mettre à profit, de façon analytique, ses propres apprentissages en élaborant un projet de commercialisation développé, lié à l'édition.

Contenu : Application des principes fondamentaux de la commercialisation appliquée au monde de l'édition et du livre. Élaboration d'un plan de commercialisation cohérent par rapport aux objectifs d'une maison d'édition, en tenant compte des différents segments du marché, des études de marché, des diverses formules de vente et de distribution du livre, de la publicité et des multiples techniques de promotion du livre, des relations publiques et du service de presse.

AUTRES INFORMATIONS GÉNÉRALES

Ce cours a lieu au campus Longueuil de l'Université de Sherbrooke.

Pour vérifier si cette activité pédagogique est offerte à la présente session, consulter l'horaire sur le site de la Faculté des lettres et sciences humaines à la rubrique *Études* (<https://www.usherbrooke.ca/flsh/etudes>).

ELD720 COMMERCIALISATION DU LIVRE

Approche pédagogique

Ce cours sera dispensé sous forme magistrale, mais les échanges avec les étudiant(e)s sont fortement encouragés après que les notions fondamentales aient été transmises. Le matériel (diapositives, articles) sera disponible chaque semaine 48 heures avant le début de chaque cours dans Moodle : <http://www.usherbrooke.ca/moodle-cours/my/>.

Évaluation

ÉVALUATIONS

Travail d'analyse	20 %
Étude de cas	25 %
Travail final	
• Proposition de projet	10 %
• Présentation en classe	15 %
• Remise du travail final	30 %

Notes

Les informations supplémentaires et les grilles d'évaluation relatives à chacun de ces modes d'évaluation seront présentées au cours du trimestre.

Le travail d'analyse est basé sur la lecture d'un article proposé par l'enseignant. Le travail, d'une longueur de cinq (5) pages (à interligne et demi – hors page de titre), doit comprendre une analyse critique de son contenu. Le travail doit être réalisé individuellement.

L'étude de cas consiste à développer ses habiletés d'analyse et de prises de décisions dans un contexte, même s'il est pédagogique, proche de la réalité professionnelle. Le travail, d'une longueur de cinq (5) pages (à interligne et demi – hors page de titre), doit présenter les options et les solutions retenues, mises en perspective selon les apprentissages vus en classe. Il doit être réalisé individuellement. Une discussion en classe, en plénière, permettra la mise en commun des propositions individuelles.

Le travail final consiste en l'application des apprentissages réalisés en classe par l'élaboration d'un projet de commercialisation spécifique au monde de l'édition de type recherche ou appliqué à un cas réel ou fictif. D'une longueur de quinze (15) pages (à interligne et demi – hors page de titre), le travail doit être réalisé individuellement. L'étudiant(e) devra également présenter devant le groupe, en une dizaine de minutes, les résultats lors de deux dernières séances de cours. La proposition de projet doit obligatoirement contenir les éléments suivants :

- Choix et justification de la pertinence du sujet
- Problématique
- Méthodologie
- Corpus
- Bibliographie sommaire (sources)

ELD720 COMMERCIALISATION DU LIVRE

Bibliographie

Une bibliographie sélective sera distribuée au premier cours.