



Les CLÉS de la SÉMIOLOGIE



LES CLÉS DE LA SÉMIOLOGIE

INFORMATIONS

- **Public visé**

- Personne amenée à être en relation avec le client, à prendre la parole en public, à manager ou encadrer des équipes, à réaliser des entretiens.

- **Pré-requis**

- Cette formation ne nécessite aucun pré-requis.

- **Lieu**

- À distance

- **Accessibilité aux personnes en situation de handicap**

- Toutes nos formations sont aménageables pour les personnes en situation de handicap. Nous contacter pour plus d'informations.

- **Durée de la formation**

- Environ 4h

- **Modalités et délai d'accès**

- Inscription en ligne depuis la page de vente.
- Accès instantané à la formation après paiement.

- **Moyen d'encadrement**

- Le formateur peut être contacté par e-mail ou grâce aux zones de commentaires sous chaque sous-partie de la formation.

- **Moyens pédagogiques et techniques**

- Vidéos courtes et passage à l'action
- Répartition pédagogique : 70% de théorie, 30% de passages à l'action
- Apports méthodologiques en vidéo avec des exemples puis passage à l'action proposé.

LES CLÉS DE LA SÉMIOLOGIE

INFORMATIONS

- **Éléments matériels de la formation**

- Un espace personnel de formation en ligne accessible à vie et 24h/24 7j/7 enrichi au fur et à mesure des avancées du projet et des besoins des participants. La plateforme suit les avancées et peut remonter un nombre d'heures de formation.
- Vidéos, contenus interactifs

- **Durée de la formation**

- Environ 4h

- **Modalités d'évaluation**

- Auto-évaluation en début de formation
- Suivi de la formation de l'apprenant -doit suivre 80% de la formation pour la valider

LES CLÉS DE LA SÉMIOLOGIE

PROGRAMME

1. Introduction
2. Qu'est-ce que la Sémiologie? Qu'est-ce qu'un signe ?
3. Le signe et les systèmes de signes
4. La Sémiologie appliquée au Marketing : une technique d'analyse associée à un travail de veille sémiologique
5. Les problématiques d'intervention de la Sémiologie
6. Impact des signes sur le plan cognitif et physiologique
7. La rhétorique des signes : un outil pour stimuler la créativité
8. Les figures de style plus élaborées
9. Les figures de sens rares dans la publicité française
10. Figures propres au visuel
11. Maîtriser la méthode sémiologique dans sa globalité pour analyser une communication et l'optimiser
12. Procéder à l'analyse figurative
13. Principes du décodage du langage non verbal
14. La question de la différence culturelle
15. Les émotions véhiculées par les mannequins publicitaires
16. Procéder à une analyse typographique
17. Procéder à une analyse sémio-narrative

LES CLÉS DE LA SÉMIOLOGIE

FORMATRICE

Marina Cavassilas, membre de l'Ecole Doctorale à l'Université Paris 1 Panthéon Sorbonne, enseigne le fruit de ses recherches dans divers établissements dont l'Université Paris 1 Panthéon Sorbonne, l'Université Paris Dauphine, l'Université de Lyon 2, l'Université de Limoges, l'Ecole de Management de Grenoble...



LES CLÉS DE LA SÉMIOLOGIE

Taux de satisfaction : sur une échelle de satisfaction, nous obtenons en moyenne les résultats suivants
Excellent : 52% ; Très satisfaisant : 47%, Acceptable : 1%; Insatisfaisant : 0%, Des insuffisances : 0%

Décembre 2021

TEMOIGNAGES



"Cette formation offre des outils puissants à ceux qui veulent anticiper et négocier. Brillant et indispensable."

Directeur Marketing Swiss Life



"J'ai eu le plaisir de suivre une session de formation animée par Marina Cavassilas. Son approche de la gestuologie modifie sensiblement le regard porté sur les autres et sur soi même. Je conseillerai volontiers ces stages."

JEAN-MARC NOVARO
Police régionale des transports du Ministère
de l'intérieur



"Ludique, interactive et surtout facile à appliquer"

Directeur Général UCAR