

Stefanie BRANDT

+33 (0)6 829 508 48
brandt@cefoliac.com

INFORMATIONS PERSONNELLES

Nationalité : allemande

Date de naissance : 24-07-1975

LANGUES

Langue maternelle : Allemand

* Auto-évaluation selon le <i>CECR</i>	Comprendre		Parler		Écrire
	Écouter	Lire	Prendre part à une conversation	S'exprimer oralement en continu	
Français	C2	C2	C2	C2	C2
Anglais	C1	C1	C1	C1	C1
Italien	B2	B2	B1	B1	B1

CONNAISSANCES INFORMATIQUES

Maîtrise des logiciels *Microsoft Office* sur PC et MAC

Maîtrise des logiciels de traitement d'images (fixes et mobiles) *Avid Media Composer – Photo shop*

Maîtrise des logiciels de postproduction (image et son) *Adobe – Authoring*

Maîtrise des logiciels de création de DVD *DVD Creator*

Maîtrise des logiciels de création de site Internet *Macromedia Dreamweaver Mx – Flash MX*

PARCOURS PROFESSIONNEL

Depuis 2010	Directrice de <i>CeFoLiAc</i> , Centre de Formations Linguistiques Actionnelles, créé en mars 2010 : www.cefoliac.com .	Côte d'Azur France
Depuis 2004	Chargée d'enseignement vacataire en Français Langue Étrangère et Seconde (FLES), en Sciences du Langage (SdL) et au Centre Universitaire d'Études en Français Langue Étrangère (CUEFLE) ; Université de Nice-Sophia Antipolis (UNS) ; Faculté des Lettres, Arts et Sciences Humaines.	Nice France
2007 - 2009	Formatrice dans le cadre des stages pédagogiques pour des enseignants de FLE en formation initiale ou continue. Responsable pédagogique pour les cours de français à l'Université Internationale d'Été de Nice.	Nice France
2004 - 2008	Attachée commerciale , responsable de la région Provence-Alpes-Côte d'Azur (PACA), pour la société <i>La Lézarde</i> , spécialisée dans l'événementiel sportif, en collaboration avec la société <i>Riviera Gliss</i> .	Côte d'Azur France
2003	Public relations dans le cadre d'un projet touristique à Antananarivo	Madagascar
2002	Stagiaire chez <i>Tempomedia AG</i> , société de production de films publicitaires, à Francfort : www.tempomedia.de .	Francfort Allemagne
Depuis 1998	Enseignante pour des cours particuliers de Français et d'Allemand Langue Étrangère (<i>Deutsch als Fremdsprache</i>).	Nice France
1998 - 2001	Chef de projet, superviseur, hôtesse, guide et traductrice pour plusieurs agences sur la Côte d'Azur. Organisation d'événements pour diverses entreprises germanophones lors des manifestations suivantes : <i>MIPIM</i> ; <i>MIPCOM</i> ; <i>MIP TV</i> ; Monaco Grand Prix ; Festival International du film Cannes ; Festival International du film publicitaire ; <i>Tax free</i> ; Tennis Open Monte Carlo ; Salons nautiques.	Nice France

CURSUS UNIVERSITAIRE

22-11-2007	Docteur en Sciences du Langage de l'Université de Nice-Sophia Antipolis (UNS). Mention : très honorable avec félicitations du jury. Titre de la thèse : <i>Le langage publicitaire : une approche sémiologique et didactico-linguistique.</i> Directrice de recherche : Colette GUEDJ (Professeur émérite de langue et littérature françaises, Université de Nice-Sophia Antipolis).	UNS France
2001/2002	DEA Littératures et civilisations. Mention : très bien. Titre du mémoire : <i>Le langage publicitaire dans l'audiovisuel. Les images archétypales à l'œuvre dans l'imaginaire publicitaire.</i> DESS TSD (Traduction, sous-titrage et doublage de productions cinématographiques). Langues : français, allemand. Mention : assez bien.	UNS France
1998-2001	Maîtrise en Lettres Modernes. Mention : très bien Titre du mémoire : <i>Naissance et vie du langage publicitaire dans la presse ou l'art de la métamorphose.</i> Licence d'allemand, DEUG II d'allemand, DEUG I d'allemand Licence en Lettres Modernes Licence d'italien, DEUG II d'italien	UNS France
1997/1998	Boursière ERASMUS DEUG II en Lettres Modernes	UNS France
1996/1997	Karl-Ruprecht-Universität DEUG I en Lettres Modernes, DEUG I d'italien	Heidelberg Allemagne
1995	Baccalauréat linguistique	Bruchsal Allemagne

ACTIVITÉS PROFESSIONNELLES AU SEIN DE CEFOLIAC

PRINCIPALES RESPONSABILITÉS

- Depuis 2010 **Direction** du centre de formation **CeFoLiAc**
En charge de tâches diverses et variées comme :
- ✓ Management d'équipes pluridisciplinaires ;
 - ✓ Organisation des formations professionnelles ;
 - ✓ Recrutement des enseignants
 - ✓ Suivi de l'équipe pédagogique ;
 - ✓ Ingénierie pédagogique
 - ✓ Mise à jour du syllabus ;
 - ✓ Coordination des informations en ligne ;
 - ✓ Commercialisation et prospection ;
 - ✓ Autres tâches administratives et budgétaires.
- 2008 - 2010 **Développement et élaboration** du projet de centre de formation CeFoLiAc.

EXPÉRIENCES PÉDAGOGIQUES

Depuis 2011 **Formatrice** en Français Langue Étrangère, Seconde et Maternelle (FLESM) dans le cadre de la formation « Sur mesure Pro », dispensée aux salariés de différentes sociétés françaises et internationales entre Toulon et Menton (PACA). Nice France

Formation dispensée: « Sur mesure Pro ». Le programme est conçu pour développer et améliorer les compétences linguistiques des apprenants sur des thématiques diverses et variées de la vie quotidienne en France.

Les cours sont élaborés autour d'objectifs communicatifs en adoptant une approche actionnelle qui permet à l'apprenant d'apprendre à accomplir des tâches et à mobiliser plusieurs stratégies d'apprentissage. L'objectif est d'approfondir et de perfectionner les connaissances langagières, lexicales et grammaticales - couvrant tous les aspects du langage : l'écrit (compréhension, production et interaction) et l'oral (compréhension, expression et interaction) -, dans le but d'amener les apprenants aux niveaux B2 et C1 du *Cadre Européen Commun de Référence pour les langues (CECR)*¹.

Nous privilégions ainsi la pratique de la langue courante en situation de communication avec une approche culturelle du français. Nous utilisons pour cela des méthodes d'enseignement de Français Langue Étrangère pour adultes, interactives et communicatives, en y ajoutant des documents **authentiques** pour une meilleure intégration du contexte socioculturel. L'accent est mis sur les aspects linguistiques (lexique, phonétique, syntaxe), sociolinguistiques (paramètres socioculturels de l'utilisation de la langue, normes sociales) et pragmatiques (cohésion et cohérence du discours) de la langue française.

Depuis 2010 **Enseignante** en Français Langue Étrangère pour un public de niveau débutant, A1-A2, B1-B2 et C1-C2 selon le *CECR* dans le cadre des formules « En privé », « Sur mesure », « Affaires » et « Langue-culture ». Côte d'Azur France

CeFoLiAc accueille un public francophile composé d'adultes ayant une résidence principale ou secondaire en France ou à Monaco, travaillant en France ou à Monaco ou bien avec des francophones, et de touristes seuls, en couple, en famille ou en groupe venant passer leurs vacances en France ou à Monaco.

Cours dispensés: « En privé », enseignement personnalisé pour un public de niveau B1-B2 selon le *CECR*, d'une durée de trois à six mois.

« Sur mesure » pour un public de niveau débutant ; programme autour de cours de langue-culture, d'ateliers thématiques, de cours délocalisés, d'activités socioculturelles et/ou sportives, d'une durée de six mois.

« Affaires » pour un public professionnel désirant acquérir les connaissances nécessaires à l'exercice de son métier en français. L'enseignement est basé sur le vocabulaire technique, la correspondance professionnelle, les aptitudes de communication dans la vie professionnelle, par exemple pour participer à des réunions, s'entretenir au téléphone, rédiger des rapports et des lettres d'affaires ou préparer une présentation.

« Langue-culture » pour un public B2 désirant **s'immerger** profondément dans la langue-culture française.

¹ Conseil de l'Europe, 2001, Cadre européen commun de référence pour les langues, Paris : Didier.

ACTIVITÉS D'ENSEIGNEMENT AU SEIN DE L'UNIVERSITÉ

- Depuis 2007 **Chargée d'enseignement vacataire** en Français Langue Étrangère et Seconde (FLES), en Sciences du Langage (SdL) et au Centre Universitaire d'Études en Français Langue Étrangère (CUEFLE) ; Université de Nice-Sophia Antipolis (UNS) ; Faculté des Lettres, Arts et Sciences Humaines. *UNS France*
- Cours dispensés** : « Didactique du FLES et apprentissage réflexif d'une langue nouvelle » (Licence 3, parcours FLES) ; « Grammaire française » (Licence 3, SdL) ; « Énonciation » (Licence 3, SdL) ; « Modèles en linguistique de l'énonciation » en collaboration avec Sylvie MELLET (Master 1 SdL et FLES) ; « Didactique de l'oral » (Master 1 FLES) ; « Approches énonciatives et pragmatiques du FLE » (Master 1 FLES). Cours du soir dans le cadre des programmes d'échanges des Relations Internationales, principalement *Erasmus*, au sein du CUEFLE.
- 2007 - 2009 **Chargée d'enseignement vacataire** à l'Université Internationale d'Été de l'Université Nice-Sophia Antipolis (UIE). *UIE France*
- Enseignante de Français Langue Étrangère** pour un public de niveau B2-C1 selon le *Cadre Européen Commun de Référence pour les langues (CECR)*.
Atelier « Français parlé » pour un public B2-C1 selon le *CECR*.
Atelier « Méthodologie de la recherche » pour un public B2-C1 selon le *CECR*.
- Formatrice** dans le cadre des stages pédagogiques pour des enseignants de Français Langue Étrangère et Seconde en formation initiale ou continue.
- Responsable pédagogique** pour les cours de français (organisation et animation des réunions pédagogiques, suivi des étudiants ; préparation de l'emploi du temps des salles de cours d'anglais, d'italien, de français et des stages pédagogiques ; coordination des enseignants de français et diffusion d'informations générales auprès des enseignants et des étudiants).
- Depuis 2006 Participation à l'encadrement de divers séminaires linguistiques pour les étudiants en Sciences du langage. *UNS France*
- 2004 - 2006 **Attachée temporaire d'enseignement et de recherche (ATER)** en 7^e section. Cours dispensés en Sciences du Langage (SdL), en Français Langue Étrangère et Seconde (FLES) et au Centre Universitaire d'Études en Français Langue Étrangère (CUEFLE) ; Université de Nice-Sophia Antipolis (UNS) ; Faculté des Lettres, Arts et Sciences Humaines. *UNS France*
- Cours dispensés** : « Apprentissage réflexif d'une langue étrangère, Cours de langue allemande » (Licence FLES) ; « Grammaire française » (Licence SdL) ; « Didactique de la Grammaire » (Master 1 FLES) ; « Linguistique Française » (Master 1 SdL) ; « Approches énonciatives et pragmatiques du FLES » (Master 1 SdL) ; « Anthropologie culturelle de la France et Didactique du FLES » (Master 1 FLES) ; Atelier « Messages publicitaires » destiné à des étudiants de niveau B1 au sein du CUEFLE.
- 2003/2004 **Chargée d'enseignement vacataire** au sein de la section FLE Français Langue Étrangère ; Université de Nice-Sophia Antipolis (UNS) ; Faculté des Lettres, Arts et Sciences Humaines. *UNS France*
- Cours dispensé** : « Approches énonciatives et pragmatiques du FLE » (Maîtrise FLE) en collaboration avec Simona Ruggia.

PRODUCTIONS SCIENTIFIQUES

EXEMPLES DE PUBLICATIONS ÉCRITES DANS DES OUVRAGES / REVUES À COMITÉ DE LECTURE

2010 : « Comment apprendre une langue-culture et acquérir une compétence à communiquer langagièrement selon l'approche actionnelle », avec Simona RUGGIA (Université de Nice Sophia-Antipolis, MCF), *in: Actes du XV SEDIFRALE 2010. 1810-2010: du français des Lumières au français d'aujourd'hui*, édité par Mariel Buscaglia, Mariana Canello, Universidad Pontificia Argentina, Rosario (Argentine), 6 pages (15 000 caractères ; clé USB).

2008 : « Parlez-vous *textos* », *in: L'oral en représentation(s) Décrire, enseigner, évaluer*, Chantal Parpette et Marie-Anne Mochet (éd.) ; 1^{er} trimestre 2008 ; 15 pages (40 000 caractères). Louvain : EME, collection « Proximités – Didactique » ; pp.135-157.

2007 : « Une langue-culture mise en scène dans la publicité », *in: Actes du colloque* « Les mises en scène du discours médiatique ». Université Laval, Québec (Canada) ; 15 pages (25 000 caractères).

2005 : « L'impact de la communication publicitaire dans l'enseignement », *in: Actes du colloque* « Le signe et ses interprétations » ; Contributions scientifiques présentées lors du 1^{er} Colloque International sur la *Sémiotique, didactique et communication* organisé par le Centre Universitaire YAHIA FARÈS de Médéa (Algérie). Textes réunis et édités par Djamel KADIK ; pp.194-239 (70 000 caractères).

EXEMPLES DE COMMUNICATIONS ORALES AUX COLLOQUES

- 22/11/2008 **16^e Congrès RANACLES** « Didactique et pratique des langues, quelles priorités ? » Université de Nice Sophia-Antipolis, Nice les 20, 21 et 22 novembre 2008. Titre : « L'Université Internationale d'Été de Nice Sophia-Antipolis : Apprendre une langue-culture à travers une approche actionnelle. » avec Simona RUGGIA.
- 02/11/2006 **Congrès européen de la FIPF 2006 *Le français, une langue qui fait la différence*** « Le français dans l'enseignement des langues étrangères en Europe : enjeux et perspectives » Lycée Français de Vienne, Institut de Français ; Vienne, les 2, 3, 4 et 5 novembre 2006. Titre : « Maîtriser les faits de langue-culture grâce à la publicité » avec Simona RUGGIA.
- 04/11/2005 **Colloque Stéréotypes et prototypes nationaux en Europe** Forum des langues européennes ; Paris, les 4 et 5 novembre 2005. Titre : « L'interculturalité d'une anthropologie publicitaire. »
- 12/05/2005 **Colloque en Sciences du Langage *De l'impolitesse à la violence verbale*** Centre de recherche interdisciplinaire, langue et identité culturelle (CRILIC) UFR de Lettres, Université d'Avignon et des Pays du Vaucluse ; Avignon, les 11, 12 et 13 mai 2005. Titre : « Violence verbale dans la communication sociale »

D'AUTRES ACTIVITÉS DE RECHERCHE

- 2006 - present **Membre de l'équipe « Énonciation »** du laboratoire « Bases, Corpus et Langage » (UMR 7320 UNS/CNRS/MSH), Université de Nice-Sophia Antipolis (BCL), sous la responsabilité de Geneviève SALVAN.

DOMAINES DE RECHERCHES

- ✓ Didactique du Français Langue Étrangère et Seconde
- ✓ Analyse du discours
- ✓ Pragmatique et énonciation

THÈSE

Le langage publicitaire : une approche sémiologique et didactico-linguistique

Notre recherche porte sur le langage publicitaire, un langage mixte composé de différents codes, spécifiques aux médias utilisés (presse, affichage, radio, télévision, cinéma, Internet).

Notre approche est sémiolinguistique nous permettant de comprendre le fonctionnement interne du langage publicitaire, de faire le lien entre les formes de signes, leurs règles de combinaison et leur production de sens. L'analyse de plusieurs campagnes fait découvrir un système cohérent, multiple et complexe dans lequel les dimensions linguistiques, paralinguistiques et extralinguistiques interagissent afin de faire surgir le message publicitaire. En y ajoutant la composante pragmatique, il s'agit de mettre à jour les mécanismes discursifs utilisés afin d'exprimer une intention de communication.

Aujourd'hui, où il est communément admis de ne plus séparer la langue de la culture, nous proposons une réflexion épistémologique sur un concept que nous appelons « fait de langue-culture ». Parler de « faits de langue-culture » suppose, la perception, la compréhension et l'interprétation exacte des effets liés aux intentions communicatives, à l'énonciation ainsi qu'à l'actualisation de la langue en discours.

Plutôt que de proposer une simple description du langage publicitaire, il s'agira d'établir une méthode apte à l'analyser dans une visée didactico-linguistique afin de témoigner de la pertinence de diverses approches linguistiques pour la didactique des langues étrangères. S'orientant ainsi vers une visée didactique, la finalité de notre thèse consiste à établir une méthode cohérente applicable à toutes les publicités dans le but de les exploiter dans l'enseignement du Français Langue Étrangère.

Mots-clés : Analyse du discours – Sémiologie – Linguistique de l'énonciation – Pragmatique linguistique – Didactique d'une langue-culture – Instruments didactiques – Outils pédagogiques

The Advertising Language: a semiotic, didactic and linguistic approach

This research focuses on advertising language. Advertising language is composed of different codes that are specific to the media and its environment. Spreading the advertising message can be accomplished by using several different types of media including the written press, outdoor advertisements, television, cinema, as well as the Internet.

This approach is semiotic and linguistic, an approach which enables us to understand advertising language internal process and to create a connection between the nature of signs, their combination rules, and their production of meaning. The analysis of several campaigns will bring to light a coherent system, complex and varied, combining different dimensions: iconic, verbal, non-verbal and para-verbal, which all work together to give birth to an entity, the advertising message. Moreover, a pragmatic component reveals what discursive mechanisms are used in order to express a particular intention of communication.

Nowadays, there is no longer a separation between language and culture; this research proposes an epistemological theory based on a concept that is called "facts of language-culture". "Facts of language-culture" suggests the perception, the comprehension, and the exact interpretation of the effect achieved through the communicative intentions, through enunciation as well as through the actualization of language in discourse.

Instead of proposing a simple description of advertising language, it is a matter of establishing an adequate method of analysis focusing on didactics and linguistics in order to show the pertinence of diverse linguistic approaches to the didactics of foreign languages. Focusing on didactics, and based on what has been presented, our thesis aims finally at establishing a coherent method applicable to all advertising campaigns with the purpose of applying it in the process of teaching and learning a new language, for instance Français Langue Étrangère (FLE).

Keywords: Discourse analysis – Advertising language – Semiotics – Enunciation linguistics – Linguistic pragmatics – Didactic of a language-culture – Didactic tools – Teaching methods