

## SOMMAIRE

	page
RESUME .....	i
ABSTRAK .....	ii
AVANT-PROPOS .....	iii
SOMMAIRE .....	vi
LISTE DES TABLEAUX .....	viii
LISTE DE SCHÉMA .....	ix
ABRÉVIATION .....	x
ANNEX .....	xi
<b>CHAPITRE I : INTRODUCTION</b>	
A. État des Lieux.....	1
B. Limitation des Problèmes.....	5
C. Formulation des Problèmes.....	6
D. But de la Recherche .....	6
E. Avantages de la Recherche.....	7
<b>CHAPITRE II : RECOURS AUX THEORIES</b>	
A. Plan de Théorie .....	8
1. Analyse .....	8
2.Morphème .....	9
a. Morphème Grammaticaux et Lexicaux.....	9
b. Types de Morphèmes.....	10
c. Morphème et .....	12
4. Texte Publicitaire.....	14
a. Publicité.....	14
b. Texte Publicitaire.....	15
B. Plan de Concept.....	17

### CHAPITRE III : MÉTHODOLOGIE DE LA RECHERCHE

A. Méthode de la Recherche.....	19
B. Lieu et Date de la Recherche .....	19
C. Source de Données .....	19
D. Technique de Collecte des Données .....	20
E. Etapes de la Recherche.....	21

### CHAPITRE IV : RÉSULTAT DE LA RECHERCHE

A. Résultat de la recherche.....	22
B. Description des valeurs du morphème <i>et</i> dans les textes publicitaires.....	23

### CHAPITRE V : CONCLUSIONS ET SUGGESTION

A. Conclusion.....	31
B. Suggestion .....	32

BIBLIOGRAPHIE .....	34
---------------------	----

SITOGRAFIE .....	36
------------------	----

