

Share



Email destinataire :

Vous devez renseigner un email valide

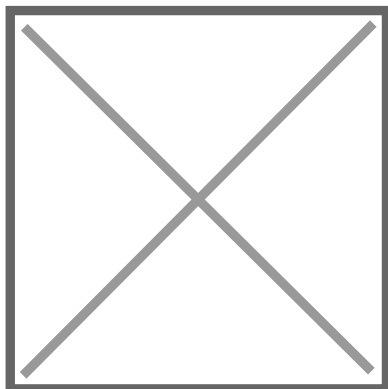
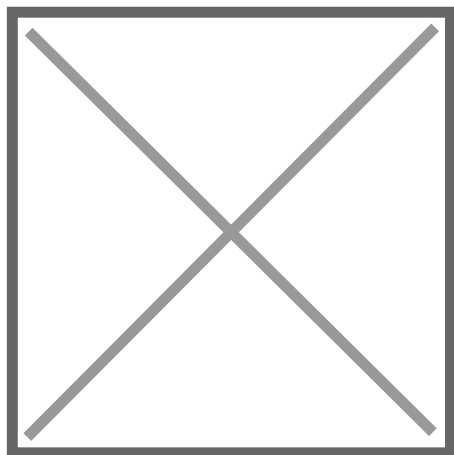
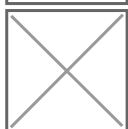
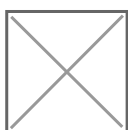
Envoyer

Une erreur est survenue. Merci de réessayer ultérieurement

Le mail de partage a bien été envoyé.

Add to Compare

M2 Management et communication des organisations



Master's degree

Specialisation Communication des organisations

Enrolment type

Professional training contract Work-study programme Life-long learning

Language(s) of instruction

French

The second-year Master (“M2”) in Management and Communication of Organizations is an interdisciplinary program that cultivates a dual skill set: viewing the organization and its communication as a single, integrated dynamic. Expertise in communication and management lies at the core of designing comprehensive organizational and communication strategies, steering high-impact projects, and mobilizing teams and stakeholders to act collectively.

The philosophy of the M2 in Management and Communication of Organizations is grounded in an approach to communication and management that goes beyond a purely instrumental view. Communication is strategic, based on dialogue with stakeholders and the co-construction of collective action. Likewise, management entails taking responsibility and therefore requires reflexivity and the ability to make and co-construct meaning within collective projects.

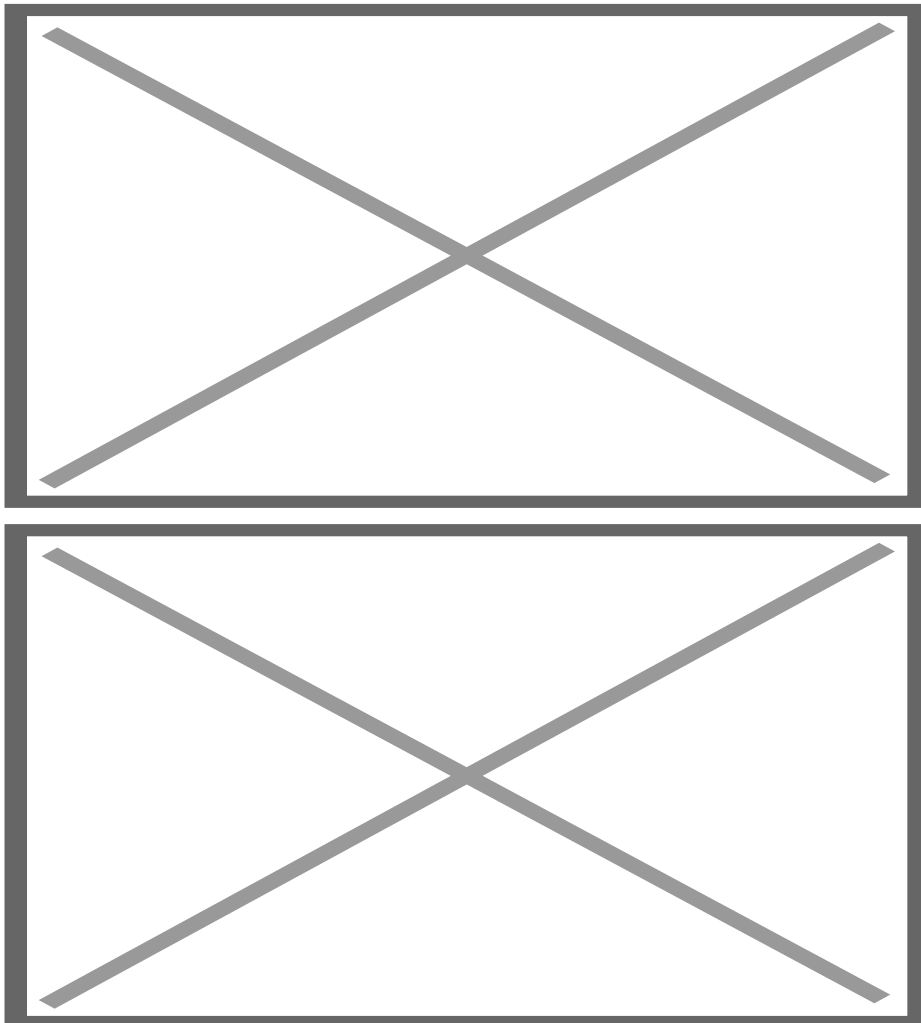
Offered as a work–study program, the master operates on a rhythm of one week at the university followed by two weeks within the host organization, fostering a sustained dialogue between theory and practice.

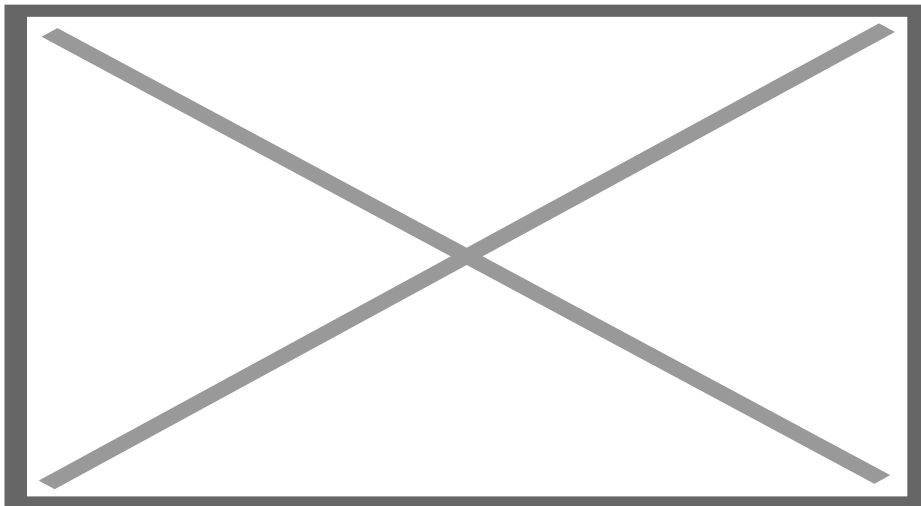
Two options enable individualized pathways: the Organizational Communication (CO) option, targeting all types of organizations and sectors; and the Management, Communication, Culture (MCC) option, aimed at organizations in the cultural and artistic fields.

The program is built on active learning that connects knowledge with practical know-how.

[Télécharger la fiche détaillée](#)

[Apply Now](#)





Information

- [Overview](#)
- [Application requirements](#)
- [Schedule](#)

Présentation

Skills

- Design a 360° communication strategy and plan aligned with the organization's strategy.
- Lead, deliver, showcase, and evaluate high-impact projects, including event projects.
- Support transformations and carry out consulting engagements.
- Lead teams and cross-stakeholder collaborations with an ethical, inclusive approach.
- Leverage research to inform action and support decision-making.
- Orchestrate communications and produce fit-for-purpose content.
- Build and protect organizational reputation and trust while managing sensitive situations (CO).
- Design and steer cultural strategies rooted in territories and the public sphere (MCC).

Objectives

- Facilitate dialogue with stakeholders and co-construct collective orientations and actions.
- Practice reflective, responsible management: analyze ethical issues, assume accountability, and produce and share meaning.
- Leverage research for action: frame a professional question, conduct monitoring and a literature review, and equip decision-making.
- Collaborate in uncertain contexts: work in teams, negotiate, solve complex problems, document, and capitalize on learning.
- Develop your professional pathway: leverage the work–study format, build a portfolio of achievements, and shape a “manager–communicator” positioning.

Calendar

Start of programme (indicative date)

01/09/2026

End of programme (indicative date)

30/09/2027

Admission

Capacity

Available Places

30

Target Audience and Entry Requirements

Target audience

The program is open to applicants holding a Master 1 or a four-year higher-education degree (Bac+4, subject to recognition of equivalence) in management sciences, information and communication, law–political science, social sciences, or the humanities, whose professional project lies in management—particularly

transversal management—organizational communication, and event management across all sectors (CO), or with a specialization in the cultural and artistic sector (MCC).

Entry requirements

- Demonstrated practical and theoretical command of the core disciplines of the M2 acquired during M1
- Strong methodological, argumentative, and writing skills
- Demonstrated dynamism, intellectual curiosity, and autonomy

Language proficiency: at least C1 in French and at least B1 in English.

Career paths

In communication

- Event Communications Assistant or Manager
- Cultural Project Assistant or Manager
- Internal Communications Assistant or Manager
- Institutional/Public Affairs Communications Assistant or Manager
- Digital Communications Assistant or Manager
- Public Relations Assistant or Manager
- International (multi-site) Communications Assistant or Manager
- Community Manager
- Communications Consultant
- ...

And/or in management

- Project Manager
- Organizational Change Manager
- Team or Department Manager
- Organizational Consultant
- ...

Période(s) de candidature

Inception Platform

From 05/05/2026 to 07/05/2026

Supporting documents

Compulsory supporting documents

Copy diplomas.

Copy of identity document.

Motivation letter.

All transcripts of the years / semesters validated since the high school diploma at the date of application.

Certificate of English level.

Curriculum Vitae.

Additional supporting documents

Certificate of English level (compulsory for non-English speakers).

Niveau B1 (ou équivalent) exigé, idéalement sous la forme d'un score à un test (TOEIC, Cambridge, TOEFL, IELTS, BULATS, London Test of English, CLES...), ou d'une attestation de votre enseignant d'anglais ou de résultats d'un test de positionnement.

Certificate of French (compulsory for non-French speakers).

VAP file (obligatory for all persons requesting a valuation of the assets to enter the diploma).

Recommendation letters.

Supporting documents :

- Residence permit stating the country of residence of the first country
- Or receipt of request stating the country of first asylum
- Or document from the UNHCR granting refugee status
- Or receipt of refugee status request delivered in France
- Or residence permit stating the refugee status delivered in France
- Or document stating subsidiary protection in France or abroad
- Or document stating temporary protection in France or abroad.

Programme

Develop communication strategies

Subjects	ECTS	Semester	Lecture	directed study	practical class	Lecture/directed study	practical class	directed study/practical class
UE 3 : Communication média	2	Annualisé	14					



UE 3 : Communication média

ECTS : 2

Semester: Annualisé

Detail

Lecture: 14

Language(s) of instruction

Français

Remote teaching

non

Prerequisites

Connaissances de base en communication des organisations

Programme/contents

Après une cartographie des spécificités du secteur des médias de masse, le module introduit les fondamentaux des relations presse. Le cours aborde la stratégie mass media et l'évaluation. Un volet traite des enjeux éthiques et juridiques de la relation journalistes-organisations.

Learning objectives

Comprendre le fonctionnement du secteur des médias de masse et ses pratiques journalistiques.

Manager la relation journalistes–organisation et élaborer une stratégie mass media alignée avec la stratégie globale.

Overall organisation

Le cours alterne apports théoriques structurés et études de cas et ateliers d'écriture et mise en situations.

Skills

Analyser le fonctionnement des médias et les dynamiques journalistes–organisations.

Élaborer et mettre en œuvre une stratégie mass media mesurable et alignée avec la stratégie globale.

Bibliography

Cally, É. (2015). *Réussir ses relations presse – Nouveaux médias – Communiqué de presse – Interview – Évaluation des retombées presse.*

Subjects	ECTS	Semester	Lecture	directed study	practical class	Lecture/directed study	Lecture/practical class	directed study/practical class
UE 2 : Stratégies et plan de communication	3	Annualisé	21					

UE 2 : Stratégies et plan de communication

ECTS : 3

Semester: Annualisé

Detail

Lecture: 21

Language(s) of instruction

Français

Remote teaching

non

Prerequisites

Bases en communication des organisations et en management

Programme/contents

L'UE introduit d'abord les fondamentaux de la stratégie de communication corporate et le positionnement par rapport à la stratégie globale, puis formalise la méthode du plan de communication : audit/diagnostic (organisation, parties prenantes, enjeux), formulation d'objectifs et choix des cibles/personas. Elle développe la construction des messages et preuves, la sélection des canaux (médias, hors-médias, digital, événements...) et l'orchestration 360° dans le temps (calendrier, ressources).

Learning objectives

Comprendre les enjeux stratégiques et les finalités de la communication corporate.

Comprendre et appliquer les processus de réalisation d'un plan de communication cohérent avec la stratégie globale de l'organisation.

Savoir organiser, planifier et piloter la communication d'une organisation.

Relier analyse des publics, messages, canaux et ressources à des recommandations opérationnelles.

Overall organisation

Le cours alterne apports structurés et études de cas guidées pour illustrer le diagnostic de situations de communication complexes et la cohérence « objectifs–messages–canaux–indicateurs ». Des ateliers outillent pas à pas le montage d'un plan de

Subjects	ECTS	Semester	Lecture	directed study	practical class	Lecture/directed study	Lecture/practical class	directed study/practical class
UE 1 : Théories de la communication	2	Annualisé	21					



UE 1 : Théories de la communication

ECTS : 2

Semester: Annualisé

Detail

Lecture: 21

Language(s) of instruction

Français

Remote teaching

non

Prerequisites

Bases en Théories des organisations en Théories de l'information et de la communication

Programme/contents

Le cours ouvre sur les présupposés ontologiques et épistémologiques et leurs implications méthodologiques pour analyser la communication et le management comme construction située du sens. On introduit un cadre « texte–contexte–audiences » pour cartographier les situations d'interaction, puis l'on mobilise successivement les grilles pragmatique, rhétorique, narrative, sémiotique et ethnométhodologique afin de conduire des audits communicationnels. Les étudiantes et étudiants appliquent ces grilles pour relier les diagnostics aux enjeux de pouvoir, d'identités, de réputation et de cultures organisationnelles.

Learning objectives

Situer les approches de la communication dans leurs présupposés ontologiques/épistémologiques (positiviste, interprétativiste, postmoderniste) et en déduire des choix méthodologiques.

Comprendre la communication comme construction de sens située et relationnelle dans/entre les organisations.

Analyser textes, discours et contextes pour éclairer les décisions managériales et communicationnelles.

Mobiliser plusieurs cadres (pragmatique/actes de parole, rhétorique, narratif, ethnométhodologie, analyse critique du discours) pour auditer des communications et des situations de RP.

Overall organisation

Bloc 2 : Manager des projets complexes

Subjects	ECTS	Semester	Lecture	directed study	practical class	Lecture/directed study	Lecture/practical class	directed study/practical class
UE 5 : Communication événementielle	2	Annualisé	14					

UE 5 : Communication événementielle

ECTS : 2

Semester: Annualisé

Detail

Lecture: 14

Language(s) of instruction

Français

Remote teaching

non

Prerequisites

Bases en management et en communication des organisations

Notions de gestion de projet

Programme/contents

Le module introduit le secteur de l'événementiel et ses usages organisationnels, puis formalise la méthode de conception d'un événement à partir d'une demande sociale (diagnostic, objectifs, publics cibles, proposition de valeur) et son orchestration communicationnelle (messages, canaux on/offline, partenaires médias, influence). Un volet spécifique couvre le marketing de l'événement, l'activation des publics (attraction/fidélisation) et l'alignement avec la politique de communication de l'organisation. Enfin, l'évaluation et la capitalisation ferment la boucle pour améliorer les éditions futures.

Learning objectives

Caractériser la forme événementielle comme outil de communication et en comprendre les enjeux (publics, attractivité, fidélisation).

Analyser et évaluer un événement (exposition, festival, forum, etc.) et créer des événements au service d'une politique de communication.

Overall organisation

Le cours alterne apports structurés et études de cas centrées sur des projets d'événementiel à impact (social/culturel). Des ateliers opérationnels permettent de produire des livrables progressifs. Les séances mobilisent l'écosystème réel des étudiant.e.s pour favoriser le transfert en situation

Subjects	ECTS	Semester	Lecture	directed study	practical class	Lecture/directed study	Lecture/practical class	directed study/practical class
UE 4 : Conférences Organisations à impact	0	Annualisé	35					

UE 4 : Conférences Organisations à impact

ECTS : 0

Semester: Annualisé

Detail

Lecture: 35

Language(s) of instruction

Anglais

Remote teaching

non

Prerequisites

Bases en management et en communication des organisations

Programme/contents

Le cycle couvre, selon l'actualité des intervenant·e·s, des thèmes tels que la communication responsable et la transition écologique, les IA génératives et leurs effets organisationnels, les nouveaux modèles culturels, la gouvernance et l'engagement des parties prenantes, ainsi que la communication de crise et réputation à l'ère des plateformes.

Learning objectives

Comprendre les enjeux actuels et émergents qui transforment les organisations (sociaux, écologiques, technologiques, culturels).

Relier des apports d'experts à des cadres d'analyse en communication/management et à des cas concrets.

Overall organisation

Le cours se compose d'un cycle de conférences d'experts (académiques et praticiens) portant sur des sujets pointus et d'actualité liés à la communication, au management, au secteur culturel et aux transformations sociales, écologiques et technologiques.

Skills

Piloter une gouvernance multi-parties prenantes

Architecturer un business model hybride soutenable

Subjects	ECTS	Semester	Lecture	directed study	practical class	Lecture/directed study	Lecture/practical class	directed study/practical class
UE 3 : Management de projets à impact	6	Annualisé	14	35				

Subjects	ECTS	Semester	Lecture	directed study	practical class	Lecture/directed study	Lecture/practical class	directed study/practical class
----------	------	----------	---------	----------------	-----------------	------------------------	-------------------------	--------------------------------

■

UE 3 : Management de projets à impact

ECTS : 6

Semester: Annualisé

Detail

Lecture: 14

Directed study: 35

Language(s) of instruction

Français

Remote teaching

non

Prerequisites

Bases en management de projet

Programme/contents

Les étudiant·e·s mettent en œuvre un projet événementiel social ou culturel conçu dès le M1, en finalisant la gouvernance, le calendrier, le budget et la matrice des risques, puis en déployant la stratégie de communication (identité, messages, plan média/RS, contenus et calendrier de diffusion). Ils/elles cartographient et gèrent les partenaires (prospection, conventions, co-production, mécénat), coordonnent les prestataires et bénévoles, et réalisent l'événement le jour J (logistique, accueil publics, accessibilité, sécurité). Le pilotage couvre la supervision temps réel et la traçabilité des décisions. Après l'événement, ils/elles conduisent la capitalisation, l'évaluation des retombées, le REX et les recommandations.

Learning objectives

Analyser et gérer les parties prenantes, piloter un projet de l'élaboration à la clôture,

Produire des REX (retours d'expérience) individuels et collectifs actionnables et capitaliser

Overall organisation

Les étudiant·e·s réalisent en M2 le projet d'événementiel conçu et cadré en M1 (note de cadrage, objectifs, cibles, livrables). La conduite du projet est rythmée par des séances de suivi avec l'enseignant·e, visant à vérifier la faisabilité, l'avancement (jalons, livrables) et à lever les risques. Des revues de projet valident le passage des étapes clés (partenariats, com, logistique, budget

Cultural strategies and project management

Subjects	ECTS	Semester	Lecture	directed study	practical class	Lecture/directed study	Lecture/practical class	directed study/practical class	di le c
UE 12 : Stratégies de filières	2		Annualisé 14						

UE 12 : Stratégies de filières

ECTS : 2

Semester: Annualisé

Detail

Lecture: 14

Language(s) of instruction

Français

Remote teaching

non

Prerequisites

Stratégie

Programme/contents

Après une vue d'ensemble du SCC et de son hétérogénéité, le module met en regard convergences et spécificités par domaine. On analyse les filières artistiques du soutien à la création jusqu'à l'exploitation et la variété des types d'acteurs et structures.

Learning objectives

Appréhender la diversité des filières du secteur culturel et créatif (SCC).

Comprendre les chaînes de valeur par domaine.

Analyser l'environnement et en déduire des options stratégiques.

Élaborer des recommandations de positionnement et de coopération territoriale pour des organisations culturelles variées.

Overall organisation

Le cours alterne apports structurés (cartographie des filières, politiques publiques) et des études de cas.

Skills

Cartographier une filière culturelle/créative (acteurs, chaînes de valeur, cadres publics).

Interpréter des données sectorielles et qualifier des enjeux de politique culturelle.

Concevoir des stratégies adaptées au type de structure et à son environnement.

Subjects	ECTS	Semester	Lecture	directed study	practical class	Lecture/directed study	Lecture/practical class	directed study/practical class	di le c
UE 11 : Espace publique, culture et média	2	Annualisé	14						

UE 11 : Espace publique, culture et média

ECTS : 2

Semester: Annualisé

Detail

Lecture: 14

Language(s) of instruction

Français

Remote teaching

non

Prerequisites

Bases en théories de la communication

Programme/contents

Après un cadrage des nouveaux territoires de l'art, le module analyse comment ces espaces hybrides expérimentent des formes de création, de gouvernance et d'innovation sociale. Un second volet relie arts et médias. Le module explore, le rôle de la culture dans la co-construction de l'espace public.

Learning objectives

Situer les fabriques artistiques dans l'espace public

Identifier les enjeux socio-politiques (participation, inclusion) et les modes d'action communicationnels associés aux pratiques artistiques dans la cité.

Overall organisation

Le cours alterne apports structurés et débats portant sur le rôle de la culture dans l'espace public.

Skills

Cartographier acteurs, dispositifs et politiques publiques d'un écosystème culturel/médiatique.

Analyser des pratiques artistiques comme médias et évaluer leurs effets (visibilité, participation, inclusion).

Relier dynamiques d'innovation culturelle et stratégies médiatiques ; dialoguer avec les parties

Subjects	ECTS	Semester	Lecture	directed study	practical class	Lecture/directed study	Lecture/practical class	directed study/practical class	di le c
UE 10 : Techniques et sécurité du spectacle vivant	2	Annualisé	14						

UE 10 : Techniques et sécurité du spectacle vivant

ECTS : 2

Semester: Annualisé

Detail

Lecture: 14

Language(s) of instruction

Français

Remote teaching

non

Programme/contents

Après un cadrage des obligations ERP et responsabilités, le cours aborde les fondamentaux techniques d'un montage (plateau, accroches, électricité/son/lumière, scénographie) et leur articulation avec la sécurité du public et des équipes. Les sessions au TSQY illustrent concrètement circuits, consignations, tests, et coordination avec régie/autorités.

Learning objectives

Appréhender les dimensions techniques et de sécurité propres aux événements culturels et de spectacle.

Connaître les règles et la législation applicables et leurs implications opérationnelles.

Identifier les risques (publics, matériels, scénographiques) et définir des mesures de prévention/protection adaptées.

Dialoguer efficacement avec une direction technique et les parties prenantes lors d'un montage.

Overall organisation

Le module combine apports structurés (cartographie des obligations et processus techniques) et atelier in situ au Théâtre de Saint-Quentin-en-Yvelines – Scène nationale (TSQY).

Skills

Qualifier les exigences réglementaires/techniques d'un lieu et d'un format (ERP, plans, autorisations).

Subjects	ECTS	Semester	Lecture	directed study	practical class	Lecture/directed study	Lecture/practical class	directed study/practical class	di le c
UE 9 : Contexte institutionnel et politiques culturelles	4	Annualisé	28						

UE 9 : Contexte institutionnel et politiques culturelles

ECTS : 4

Semester: Annualisé

Detail

Lecture: 28

Language(s) of instruction

Français

Remote teaching

non

Prerequisites

Connaissances générales en sciences sociales et institutions publiques. Intérêt pour les questions culturelles, artistiques et internationales.

Programme/contents

Partie 1 – Histoire et réseaux internationaux des politiques culturelles

La diplomatie culturelle hier, aujourd’hui et demain

Les politiques culturelles comme instruments de puissance : propagande, soft power, échanges éducatifs et artistiques.

Les grands réseaux culturels mondiaux : Alliance Française, Goethe-Institut, British Council, Instituto Cervantes, Institut français, Confucius Institute.

Institutions internationales et culture : UNESCO, Conseil de l’Europe, Union européenne.

Modèles nationaux et stratégies d’influence (Europe, États-Unis, Chine, pays émergents).

Partie 2 – Politiques culturelles en France : débats et évolutions

L’action culturelle publique en France : de Malraux à la décentralisation.

L’État, les collectivités et la gouvernance partagée de la culture.

Les politiques culturelles contemporaines : démocratisation, démocratie culturelle, inclusion et diversité.

Institutionnal communication

Subjects	ECTS	Semester	Lecture	directed study	practical class	Lecture/directed study	Lecture/practical class	directed study/practical class
UE 8 : Communication RSO et lobbying	3	Annualisé	21					

UE 8 : Communication RSO et lobbying

ECTS : 3

Semester: Annualisé

Detail

Lecture: 21

Language(s) of instruction

Français

Remote teaching

non

Prerequisites

Bases en management et communication

Programme/contents

Après un cadrage des penseurs de la stratégie et des niveaux stratégiques, le module positionne la communication RSO et les affaires publiques au croisement des politiques publiques et des intérêts d'entreprise. On travaille la veille stratégique (signaux faibles), la cartographie des risques et des parties prenantes. Les étudiant·e·s analysent l'environnement médiatique.

Learning objectives

Sensibiliser à la dimension politique de l'environnement des entreprises et à ses impacts sur la stratégie, notamment de communication.

Introduire les leviers d'action en affaires publiques : lobbying, communication politique, coalitions, mobilisation et e-lobbying.

Comprendre l'intégration managériale des stratégies politiques et leur articulation avec la RSO.

Savoir analyser, élaborer et mettre en œuvre une stratégie de communication politique responsable.

Overall organisation

Le cours articule un volet théorique et un volet pratique (analyse guidée d'études de cas.

Skills

Analyser une stratégie de communication politique.

Élaborer une stratégie d'influence/lobbying et son

Subjects	ECTS	Semester	Lecture	directed study	practical class	Lecture/directed study	Lecture/practical class	directed study/practical class
UE 7 : Management de crises	3	Annualisé	21					



UE 7 : Management de crises

ECTS : 3

Semester: Annualisé

Detail

Lecture: 21

Language(s) of instruction

Français

Remote teaching

non

Prerequisites

Bases en management

Programme/contents

On introduit d'abord les fondements de la stratégie de crise et les typologies d'événements, puis on installe la veille et la cartographie des risques comme dispositifs permanents de préparation. Le cœur du module porte sur la cellule de crise (rôles, rituels, circuits décisionnels) et sur la communication de crise.

Learning objectives

Comprendre les enjeux et contextes communicationnels des crises et incidents (sociaux, juridiques, réputationnels).

Organiser la veille stratégique (détection des signaux faibles), cartographier les risques et structurer une cellule de crise.

Concevoir une stratégie de communication de crise intégrant médias et réseaux sociaux.

Piloter l'évaluation en situation et formaliser l'apprentissage post-crise.

Overall organisation

Le cours alterne apports structurés (cadres, doctrines, retours d'expérience) et études de cas. Des exercices de détection (signaux faibles/forts) et de cartographie des risques préparent une simulation de cellule de crise.

Skills

Organiser la veille et cartographier les risques.

Analyser l'environnement médiatique d'une crise.

Subjects	ECTS	Semester	Lecture	directed study	practical class	Lecture/directed study	Lecture/practical class	directed study/practical class
UE 6 : Intelligence économique et management de la réputation	4	Annualisé	28					

UE 6 : Intelligence économique et management de la réputation

ECTS : 4

Semester: Annualisé

Detail

Lecture: 28

Language(s) of instruction

Français

Remote teaching

non

Prerequisites

Connaissances générales en management, communication et environnement économique. Compréhension des enjeux stratégiques des organisations publiques et privées.

Programme/contents

Partie 1 – Fondements et pratiques de l'intelligence économique

Définitions, origines et enjeux contemporains de l'intelligence économique.

Les trois piliers : veille, sécurité économique, influence.

Méthodes et outils de veille stratégique : recherche, validation, traitement, diffusion.

Gouvernance et organisation de la fonction IE dans les entreprises et institutions.

Éthique, droit de l'information et cybersécurité.

Dispositifs d'IE dans des secteurs publics et privés.

Partie 2 – Communication, influence et gestion de l'information

Communication stratégique et influence : enjeux et typologies (institutionnelle, concurrentielle, diplomatique).

Construction et pilotage d'une image d'organisation en contexte concurrentiel.

Communication de crise et gestion de la réputation numérique.

Désinformation, fake news, opinion publique et

Innovations and transformations management

Subjects	ECTS	Semester	Lecture	directed study	practical class	Lecture/directed study	Lecture/practical class	directed study/practical class	discovery
UE 15 : Management de l'Innovation responsable	2	Annualisé	14						

UE 15 : Management de l'Innovation responsable

ECTS : 2

Semester: Annualisé

Detail

Lecture: 14

Language(s) of instruction

Français

Remote teaching

non

Programme/contents

- Les Formes et les typologies de l'innovation.
- L'innovation, la compétitivité et les stratégies des organisations.
- La diffusion de l'innovation : freins et stratégies.
- La protection de l'innovation : outils de protection de la propriété intellectuelle et industrielle.

Learning objectives

L'objectif de cette UE est de sensibiliser les étudiants aux différentes formes de l'innovation et aux enjeux de sa diffusion. Concernant sa diffusion, l'attention est portée à l'impact des freins à la diffusion, aux stratégies permettant de les surmonter, ainsi qu'au rôle des outils de protection de la propriété intellectuelle et industrielle.

Overall organisation

Pour atteindre les objectifs ciblés par cette UE, les enseignements s'organisent autour des thématiques suivantes:

- Les différentes formes et typologies de l'innovation.
- Le lien entre l'innovation, la compétitivité et les choix stratégiques des organisations.
- Les enjeux de la diffusion et de la protection de l'innovation.

Pour illustrer et animer les cours, tout en favorisant la participation dynamique des étudiants, plusieurs supports et outils

Subjects	ECTS	Semester	Lecture	directed study	practical class	Lecture/directed study	Lecture/practical class	directed study/practical class	dis le c
UE 14 : Mission de conseil	2	Annualisé		21					

Subjects	ECTS	Semester	Lecture	directed study	practical class	Lecture/directed study	Lecture/practical class	directed study/practical class	discovery/practical class
■									

UE 14 : Mission de conseil

ECTS : 2

Semester: Annualisé

Detail

Directed study: 21

Language(s) of instruction

Français

Remote teaching

non

Prerequisites

Bases en théorie des organisations et en théories de la communication

Bases en stratégies des organisations et en stratégies de la communication

Programme/contents

Après un brief client, les équipes conduisent un diagnostic rapide : cartographie des parties prenantes, analyse des messages/canaux. Elles déclinent ensuite une stratégie de communication et un plan d'action. La dernière journée est dédiée à la présentation et à la formalisation d'un mémo de transfert pour l'équipe du commanditaire. L'option CO accompagne une structure du secteur non-marchand. L'option MCC accompagne une structure culturelle.

Learning objectives

Identifier la demande et expliciter les besoins du commanditaire.

Analyser la situation (stratégie globale, contexte, parties prenantes) et évaluer la stratégie de communication en place.

Proposer et argumenter une stratégie et un plan de communication actionnable.

Présenter et valoriser les recommandations auprès d'un comité

Overall organisation

Le module simule une mission de consultance de 3 jours en équipes : brief initial par l'organisation commanditaire, cadrage de la demande et plan de travail. Les étudiant·e·s travaillent en co-construction avec des représentant·e·s de

Subjects	ECTS	Semester	Lecture	directed study	practical class	Lecture/directed study	Lecture/practical class	directed study/practical class	dis le c
UE 13 : Management du changement	2	Annualisé	21						

Subjects	ECTS	Semester	Lecture	directed study	practical class	Lecture/directed study	Lecture/practical class	directed study/practical class	discovery/practical class
■									

UE 13 : Management du changement

ECTS : 2

Semester: Annualisé

Detail

Lecture: 21

Language(s) of instruction

Français

Remote teaching

non

Prerequisites

Bases en théories des organisations

Programme/contents

Le cours aborde les typologies des changements et l'analyse des facteurs d'émergence. Il approfondit ensuite les dimensions cognitifs, affectifs, politiques de la réception du changement par les parties prenantes et les modalités d'accompagnement.

Learning objectives

Qualifier les types de changement (ampleur, rythme, périmètre) et en définir les leviers/contraintes.

Identifier et traiter la réception du changement par les parties prenantes de manière éthique et coconstructive.

Concevoir et conduire une démarche de changement (diagnostic, parties prenantes, plan d'actions, pilotage).

Repérer et exploiter signaux faibles et signaux forts pour sécuriser la trajectoire de projet.

Overall organisation

Le module alterne apports théoriques et mises en pratique de conduite du changement. Un fil rouge relie diagnostic, cartographie des parties prenantes, choix d'approches et plan de déploiement.

Skills

Diagnostiquer une situation de changement et

Communicate by using digital tools

Subjects	ECTS	Semester	Lecture	directed study	practical class	Lecture/directed study	Lecture/practical class	directed study/practical class
UE 18 : Droit du numérique	2	Annualisé	21					

UE 18 : Droit du numérique

ECTS : 2

Semester: Annualisé

Detail

Lecture: 21

Language(s) of instruction

Français

Remote teaching

non

Programme/contents

Après une vue d'ensemble des sources du droit applicables à la communication numérique, le module précise la protection des créations numériques et la protection des données personnelles. Les étudiant·e·s analysent des situations à risque et élaborent des réponses proportionnées.

Learning objectives

Connaître le cadre juridique de la communication numérique (sources nationales/internationales, droits et obligations).

Identifier les risques juridiques liés aux activités de communication (données personnelles, propriété intellectuelle, responsabilité éditoriale, e-réputation).

Choisir et mobiliser les outils juridiques adaptés au contexte.

Overall organisation

Le cours alterne apports structurés et études de cas.

Skills

Cartographier les normes applicables à un dispositif de communication numérique et qualifier les risques.

Conseiller et prioriser des actions juridiques adaptées au contexte (DPI, données, contrats, mentions).

Bibliography

Huet, J., & Dreyer, E. (2011). *Droit de la communication numérique*.

Subjects	ECTS	Semester	Lecture	directed study	practical class	Lecture/directed study	Lecture/practical class	directed study/practical class
UE 17 : Création vidéo	2	Annualisé	21					

UE 17 : Création vidéo

ECTS : 2

Semester: Annualisé

Detail

Lecture: 21

Language(s) of instruction

Français

Remote teaching

non

Prerequisites

Bases en graphisme

Programme/contents

Après une mise en perspective des langages audiovisuels (cadrage, lumière, son, montage, rythme) et des différences avec la création graphique, le module aborde la dramatisation documentaire : angle, enjeu, personnages, dispositif de tournage, droits et éthique. Les étudiant·e·s apprennent à scénariser (logline, séquencier, storyboard), à tourner (plans, prise de son, continuité) et à monter (structure, raccords, musique/ambiances, titrage).

Learning objectives

Comprendre les spécificités de la création audiovisuelle par rapport au visuel statique pour la communication d'organisation.

Scénariser, tourner et monter un court-métrage documentaire ; mobiliser des outils adaptés.

Utiliser la vidéo comme levier de communication.

Évaluer la qualité créative et l'efficacité communicationnelle d'un film ; préparer une soumission festival (ex. MegaCities-ShortDocs).

Overall organisation

Le cours se déploie en séminaire annuel mêlant apports courts, démonstrations techniques et studios pratiques encadrés. Un fil rouge d'équipe conduit chaque groupe de l'idéation à la post-production d'un court documentaire aligné sur un enjeu d'organisation/territoire.

Skills

Subjects	ECTS	Semester	Lecture	directed study	practical class	Lecture/directed study	Lecture/practical class	directed study/practical class
UE 16 : Communication digitale	3	Annualisé	21					



UE 16 : Communication digitale

ECTS : 3

Semester: Annualisé

Detail

Lecture: 21

Language(s) of instruction

Français

Remote teaching

non

Prerequisites

Bases en théories de la communication

Programme/contents

Après une mise en perspective de l'économie digitale, le module distingue communautés internes (apprentissage, innovation, knowledge) et externes (clients, usagers, partenaires) et clarifie les frontières organisationnelles du management communautaire. Les étudiant·e·s conçoivent une stratégie et un plan d'animation.

Learning objectives

Comprendre les spécificités du management des communautés.

Connaître le rôle et l'utilité du community management pour l'organisation.

Élaborer une stratégie de management des communautés digitales.

Attirer, recruter, animer et engager des communautés.

Overall organisation

Le cours alterne apports structurés, études de cas et ateliers

Skills

Cartographier un écosystème communautaire.

Concevoir une stratégie et une gouvernance de communauté.

Animer et modérer une communauté.

Bibliography

Responsible management

Subjects	ECTS	Semester	Lecture	directed study	practical class	Lecture/directed study	Lecture/practical class	directed study/practical class	discovery
UE 20 : Management Interculturel	3	Annualisé	21	20					

UE 20 : Management Interculturel

ECTS : 3

Semester: Annualisé

Detail

Lecture: 21

Directed study: 20

Language(s) of instruction

Français

Remote teaching

non

Prerequisites

Bases en théories de la communication et en méthodologie

Programme/contents

Après un panorama des approches de la culture (comme système de valeurs ; comme texte/sens ; comme pratiques/stratégies ; comme pratiques discursives), le module introduit les processus socio-politiques de construction culturelle et les dynamiques d'interactions interculturelles au travail. Les étudiant·e·s mobilisent une démarche ethnographique (observation située, analyse de scènes de films) pour identifier cadres de référence, malentendus, négociations et régulations.

Learning objectives

Initier aux approches anthropologiques et sociologiques de la culture appliquées au management.

Comprendre les spécificités des organisations multiculturelles et leurs pratiques de management.

Analyser les processus socio-politiques de construction culturelle et les interactions interculturelles.

Agir de manière réflexive dans les processus culturels, sociopolitiques et interculturels organisationnels.

Overall organisation

Le cours alterne apports théoriques, analyses

Subjects	ECTS	Semester	Lecture	directed study	practical class	Lecture/directed study	Lecture/practical class	directed study/practical class	dis le c
UE 19 : Management d'équipe et leadership	2	Annualisé	14						

UE 19 : Management d'équipe et leadership

ECTS : 2

Semester: Annualisé

Detail

Lecture: 14

Language(s) of instruction

Français

Remote teaching

non

Prerequisites

Théories des organisations

Programme/contents

Après une cartographie des formes d'équipes et des phases de construction, le module examine les processus communicationnels qui sous-tendent l'organisation, la coordination et l'animation. Les étudiant·e·s apprennent à adapter le management à la maturité de l'équipe et au contexte/finalité. Un volet approfondit la gestion des tensions et conflits et la décision collective.

Learning objectives

Identifier les types d'équipes et les phases de développement et leurs enjeux communicationnels.

Adapter les actions de management (organisation, coordination, animation, communication) à chaque phase et au contexte/finalité de l'équipe.

Gérer les tensions et conflits, soutenir la coopération et la décision.

Déployer une leadership posture favorisant engagement et la collaboration.

Overall organisation

Le cours alterne apports ciblés, études de cas et mises en situation.

Skills

Diagnostiquer la dynamique d'une équipe et

Action research

Subjects	ECTS	Semester	Lecture	directed study	practical class	Lecture/directed study	Lecture/practical class	directed study/practical class	d
UE 21 : Méthodologie et suivi du mémoire de recherche	17	Annualisé	7	8					

UE 21 : Méthodologie et suivi du mémoire de recherche

ECTS : 17

Semester: Annualisé

Detail

Lecture: 7

Directed study: 8

Language(s) of instruction

Français

Remote teaching

non

Prerequisites

Bases en théories de la communication et en théories des organisations

Programme/contents

Le module introduit les fondamentaux des méthodes de recherche en management/communication et la posture réflexive, puis guide la construction d'une problématique à partir d'un diagnostic terrain et d'une revue de littérature ciblée (état de l'art, concepts, cadres analytiques). Les étudiant·e·s conçoivent un design d'enquête adapté (entretiens/observations/documents, éventuellement questionnaires) et élaborent les outils de collecte et les procédures d'analyse. Ils/elles mènent l'enquête au sein de leur organisation, produisent un diagnostic critique et formulent des recommandations actionnables en cohérence avec la stratégie et les parties prenantes. Le semestre 2 est dédié à la rédaction structurée du mémoire (problème-méthode-résultats-discussion-limites-pistes) et à la préparation de la soutenance. Une attention particulière est portée à l'éthique de la recherche, à la qualité des preuves et à la transférabilité des résultats.

Learning objectives

réaliser une revue de littérature pertinente au regard d'une problématique professionnelle.

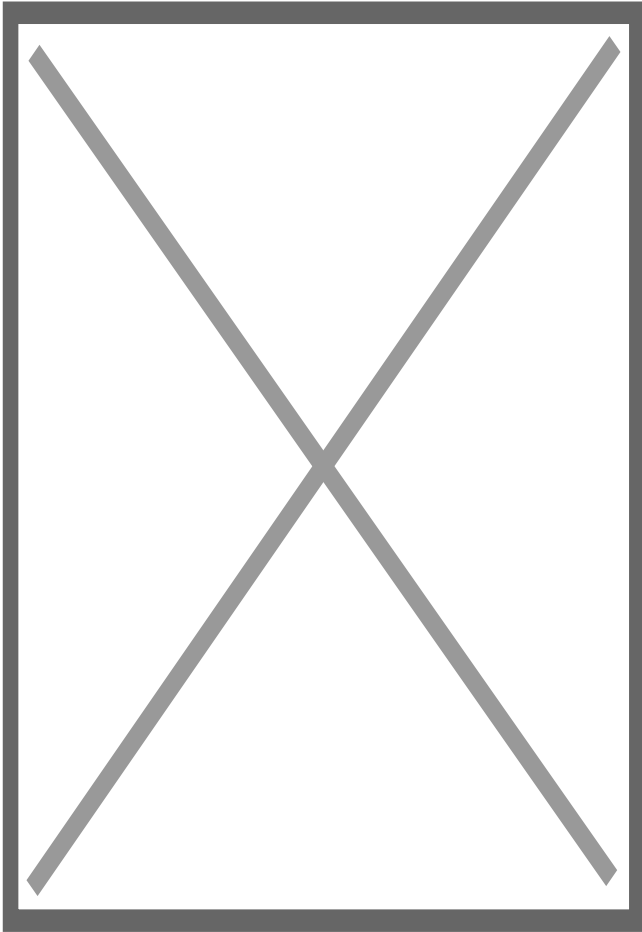
Mobiliser des méthodes d'enquête (qualitatives/mixtes) et de diagnostic critique pour éclairer une situation organisationnelle.

Teaching Location(s)

GUYANCOURT

Training campus

Javascript est requis pour visualiser cette carte.



Saint-Quentin-en-Yvelines

Saint-Quentin-en-Yvelines

Bus 5103, 5150, 5198, 7807

RER C Saint-Quentin-en-Yvelines

[Voir](#)

Student restaurant (CROUS)

Student residence

Library

Contact

- **Stela RAYTCHEVA**

<http://www.universite-paris-saclay.fr/formation/master/communication-des-organisations/m2-management-et-communication-des-organisations>