

Partager



Email destinataire :

Vous devez renseigner un email valide

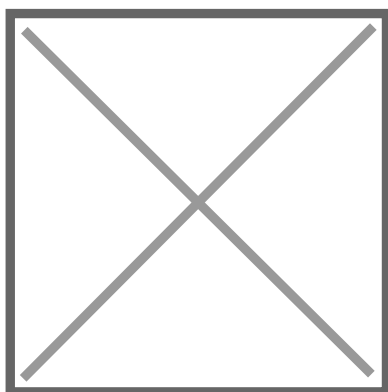
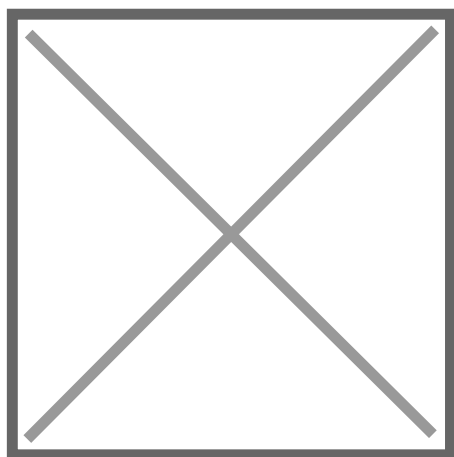
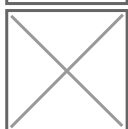
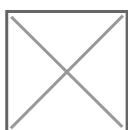
Envoyer

Une erreur est survenue. Merci de réessayer ultérieurement

Le mail de partage a bien été envoyé.

Ajouter au comparateur

M1 Management et communication des organisations



Master

Mention Communication des organisations

Régime(s) d'inscription

Contrat de professionnalisation Formation en apprentissage Formation continue

Langue(s) d'enseignement

Français

Le Master Management et Communication des Organisations accompagne les étudiant.e.s à devenir un.e professionnel.le capable de décider, d'agir, de donner du sens et de mobiliser. Notre M1 forme à une double compétence exigeante—pilotage managérial et stratégies de communication à forte dimension éthique.

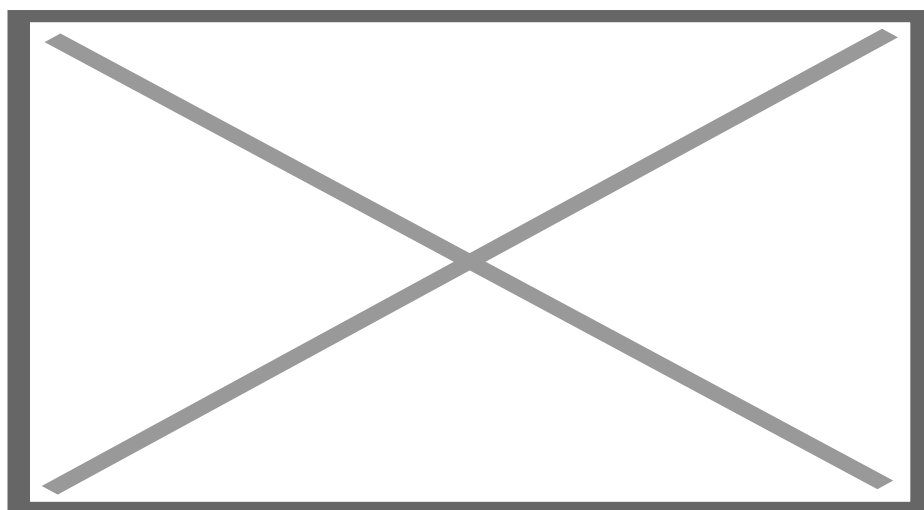
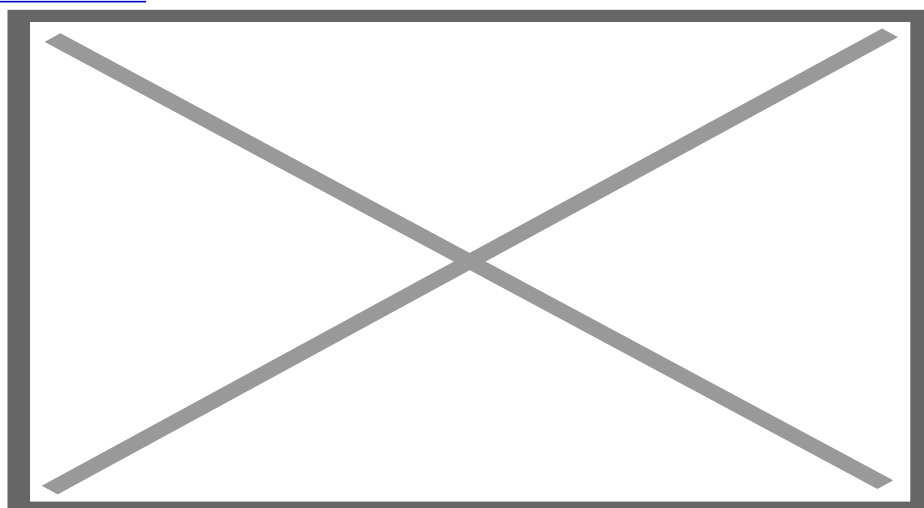
Le M1 Management et communication des organisations (MCO) articule des compétences managériales (management des ressources humaines, finance, marketing) et des compétences communicationnelles (communication interpersonnelle, digitale) avec une réflexion éthique. Proposée en apprentissage, la formation suit un rythme d'alternance : 1 semaine à l'université et 2 semaines dans les organisations d'accueil.

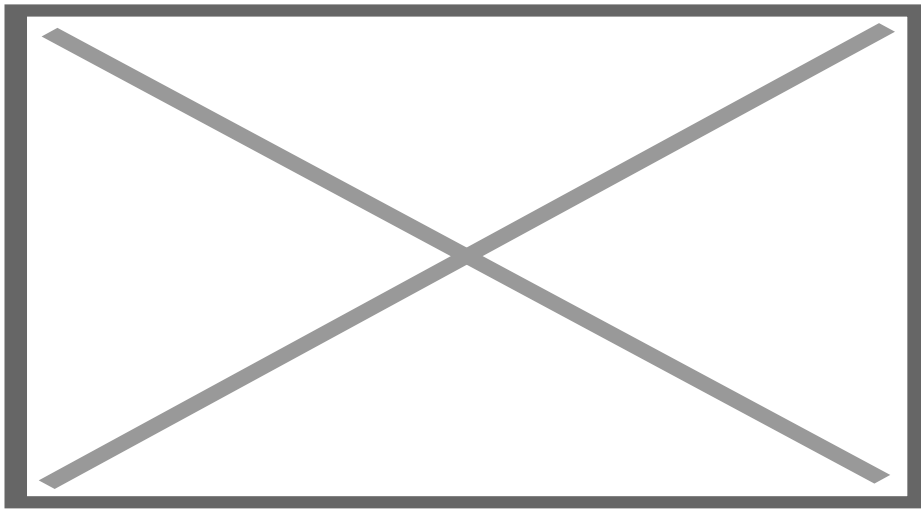
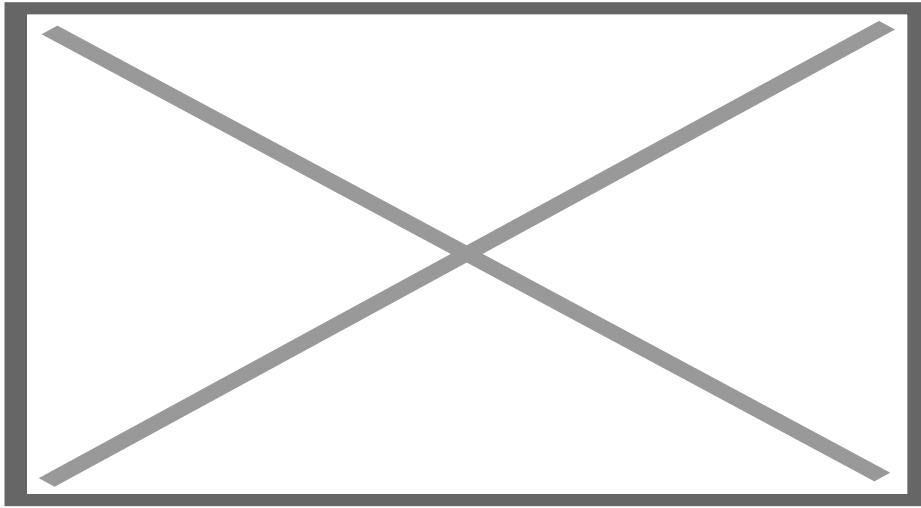
Deux options permettent de personnaliser le parcours: Communication organisationnelle (CO) et Management, communication, culture (MCC). La première favorise l'emploi sur des missions de communication et de management dans tout type d'organisation et de secteur d'activité. La seconde permet aux étudiants de se spécialiser à exercer ces missions dans le secteur culturel et artistique.

Tout au long de l'année, une pédagogie active (projets, mises en situation, etc.) nourrit à la fois l'esprit critique et la capacité d'agir des étudiant.e.s.

[Télécharger la fiche détaillée](#)

[Je candidate](#)





■ ■

Informations

- [Présentation](#)
- [Admission](#)
- [Programme](#)

Présentation

Compétences

- **Manager des organisations responsables**
Comprendre les organisations, intégrer l'éthique et la RSE aux décisions, et adapter le pilotage aux contextes marchands et non marchands.
- **Piloter des stratégies responsables**
Concevoir des orientations stratégiques et les mettre en œuvre via des dispositifs de gouvernance participative et d'intelligence collective.
- **Manager des projets à impact**
Cadrer, planifier et livrer des projets créateurs de valeur sociale et économique, en mobilisant l'entrepreneuriat/intrapreneuriat et l'évaluation d'impact.
- **Gérer les parties prenantes**
Animer les dynamiques humaines (RH), structurer une démarche marketing orientée usager.ère.s/client.e.s et organiser le dialogue avec les publics et partenaires.
- **Communiquer et mobiliser les technologies numériques**
Élaborer des dispositifs de communication (interne, externe, digitale), produire des contenus, piloter la présence en ligne et travailler en anglais.
- **Construire une posture réflexive et scientifique**
Mener une démarche de recherche (mémoire), développer une réflexivité professionnelle et formuler des recommandations appuyées sur des données.

Objectifs pédagogiques de la formation

- **Développer une double compétence** : maîtriser les fondamentaux du management et de la communication des organisations.
- **Ancrer l'action dans l'éthique** : analyser les enjeux sociaux, environnementaux et humains des décisions et des actions.
- **Cultiver l'esprit critique et la réflexivité** : argumenter, questionner les évidences, objectiver les effets et rendre compte des résultats.
- **Professionaliser par l'alternance** (1 semaine université / 2 semaines en organisation d'accueil) : relier cadres théoriques et situations réelles, renforcer l'employabilité et l'autonomie.
- **Agir avec impact** : donner du sens aux projets et actions concrètes**. **

Tarifs et bourses

Les montants peuvent varier selon les formations et votre situation.

- [Plus d'information sur les tarifs](#)
- [Plus d'informations sur les bourses](#)

Agenda

Début de la formation (date indicative)

01/09/2026

Fin de la formation (date indicative)

31/08/2027

Voie d'accès

Administration publique
Droit
Economie
Gestion
Economie et gestion
Administration économique et sociale
Science politique
Histoire
Histoire de l'art et archéologie
Sociologie
Psychologie
Sciences de l'éducation
Philosophie
Sciences sociales
Sciences de l'homme, anthropologie, ethnologie
Sciences du langage
Information-communication
Arts
Arts du spectacle
Lettres
Langues, littératures et civilisations étrangères et régionales
Langues étrangères appliquées
Lettres, langues
Études culturelles

Capacité d'accueil

Places

40

Public visé et prérequis

Public visé

Le M1 « Management et Communication des Organisations » (MCO) s'adresse à des étudiant.e.s et apprenant.e.s souhaitant développer une double compétence en management et en communication à dimension éthique.

Il/elle/iels proviennent notamment de :

- **Sciences humaines et sociales / information-communication** (sociologie, lettres, langues, histoire, sciences politiques, info-com, médias) souhaitant acquérir des compétences de pilotage et de projet.
- **Économie-gestion / administration / droit** désirant renforcer la dimension communicationnelle, digitale et partenariale de leurs pratiques.
- **Secteurs culturels, associatifs, ESS, public/para-public** visant des fonctions de coordination, communication, management de projet.

Prérequis

- **Niveau académique** : bac+3 (Licence ou équivalent) dans une discipline compatible (info-com, SHS, gestion, économie, droit, langues, arts, sciences politiques, etc.).
- **Compétences de base** :
 - excellentes **capacités d'expression écrite et orale** en français ;
 - **aptitudes analytiques** (raisonnement, synthèse, initiation aux méthodes qualitatives/quantitatives) ;
 - **travail en équipe**, organisation, sens de la responsabilité.
- **Langues** : niveau minimum C1 en français et B1 en anglais.
- **Motivation éthique et réflexive** : appétence pour les enjeux de responsabilité (RSE, impacts sociaux/environnementaux), la prise de recul et l'argumentation.

Période(s) de candidature

Plateforme Inception

Du 15/01/2026 au 16/03/2026

Plateforme MonMaster

Du 17 février au 16 mars 2026

Pour connaître la plateforme sur laquelle vous devez candidater, vous trouverez plus de renseignements sur la page [Candidater à nos masters](#). Vous trouverez ci-dessous la liste des pièces justificatives demandées sur la plateforme Inception.

Pièces justificatives

Obligatoires

Copie diplômes.

Copie pièce d'identité.

Lettre de motivation.

Tous les relevés de notes des années/semestres validés depuis le BAC à la date de la candidature.

Attestation de niveau d'anglais.

Curriculum Vitae.

Facultatifs

Lettre de recommandation ou évaluation de stage.

Score IAE-Message.

Le parcours étant opéré par l'ISM-IAE de Versailles St-Quentin-en-Yvelines, le test Score IAE-Message est recommandé (sous réserve que les tests puissent être organisés au regard de la situation sanitaire) www.iae-message.fr

Attestation de niveau d'anglais (obligatoire pour les non anglophones).

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.

Attestation de français (obligatoire pour les non francophones).

Dossier VAPP (obligatoire pour toutes les personnes demandant une validation des acquis pour accéder à la formation) <https://www.universite-paris-saclay.fr/formation/formation-continue/validation-des-acquis-de-lexperience>.

Document justificatif des candidats exilés ayant un statut de réfugié, protection subsidiaire ou protection temporaire en France ou à l'étranger (facultatif mais recommandé, un seul document à fournir) :

- Carte de séjour mention réfugié du pays du premier asile
- OU récépissé mention réfugié du pays du premier asile
- OU document du Haut Commissariat des Nations unies pour les réfugiés reconnaissant le statut de réfugié
- OU récépissé mention réfugié délivré en France
- OU carte de séjour avec mention réfugié délivré en France
- OU document faisant état du statut de bénéficiaire de la protection subsidiaire en France ou à l'étranger.

Programme

Bloc 1 : Manager des organisations responsables

Matières	ECTS	Semestre	Cours	TD	TP	Cours- TD	Cours- TP	TD- TP	A distance	Projet	Tutorat
UE 2 : Management non-marchand	2	Annualisé	11	3							

UE 2 : Management non-marchand

ECTS : 2

Semestre calendaire : Annualisé

Détail du volume horaire

Cours magistraux : 11

Travaux dirigés : 3

Langue d'enseignement

Français

Enseignement à distance

non

Prérequis

Bases en analyse stratégique et en management

Programme / plan / contenus

Le module explore les spécificités des organisations non marchandes et de l'économie sociale et solidaire (valeurs, finalités, modes de gouvernance, acteurs et cadres d'action), ainsi que leurs implications en management et en communication. À partir d'un cas de développement d'activité dans l'ESS, les étudiant·e·s identifient les contraintes sectorielles (régulation, ressources, bénévolat/volontariat) et conçoivent des solutions adaptées, ancrées dans la mobilisation par les valeurs. Il traite des principes de management propres au secteur public et à l'ESS : pilotage par la mission, dispositifs d'engagement des parties prenantes, transparence et redevabilité. Le contenu met en perspective les stratégies hybrides (public/privé, marchand/solidaire/social) : modèles économiques, alliances et arbitrages entre impact et soutenabilité.

Objectifs d'apprentissage

Caractériser les spécificités des organisations non marchandes et de l'ESS (valeurs, gouvernance, cadres juridiques, modèles économiques hybrides).

Identifier les contraintes/opportunités du secteur public et de l'ESS et en déduire des choix de management adaptés.

Concevoir un diagnostic des parties prenantes et une proposition de valeur sociale, en intégrant les enjeux d'éthique et de responsabilité.

Déployer des stratégies d'engagement (mobilisation par les valeurs, partenariats, communication) et piloter la mise en œuvre.

Organisation générale et modalités pédagogiques

Matières	ECTS	Semestre	Cours	TD	TP	Cours- TD	Cours- TP	TD- TP	A distance	Projet	Tutorat
UE 1 : Théories des organisations et éthique	4	Annualisé	21	7							

UE 1 : Théories des organisations et éthique

ECTS : 4

Semestre calendaire : Annualisé

Détail du volume horaire

Cours magistraux : 21

Travaux dirigés : 7

Langue d'enseignement

Français

Enseignement à distance

non

Prérequis

L3

Appétence pour l'analyse de situations professionnelles

Programme / plan / contenus

Le module présente d'abord ce qu'est une organisation, ses caractéristiques et ses enjeux, puis mobilise les grandes approches fondatrices (classique, relations humaines) pour éclairer l'action. Il approfondit la structure et le design (bureaucratie, configurations, coordination/standardisation) et les met en regard de la culture et du symbolique (valeurs, rituels, récits, identités) afin de comprendre leurs effets sur la coordination et la communication. Il traite l'alignement stratégie–organisation dans une logique de contingence (environnement, taille, technologies) et de cohérence ressources–processus–parties prenantes. Les technologies et systèmes socio-techniques sont analysés sous l'angle des interdépendances, routines, résistances et transformations numériques, avec l'horizon de l'organisation apprenante. Enfin, le cours aborde processus, pouvoir et motivation, puis les théories et cadres d'éthique (déontologie, légitimation, externalités) à travers des cas d'organisations, pour cartographier les enjeux, engager les parties prenantes et co-construire un plan d'action responsable.

Objectifs d'apprentissage

Expliquer les concepts clés et situer les grandes écoles des théories des organisations.

Diagnostiquer une situation (structure, culture, stratégie, technologies, pouvoirs/processus) avec des cadres pertinents.

Identifier des problématiques éthiques (externalités, légitimation, risques) et arbitrer de façon argumentée

Bloc 2 : Piloter des stratégies responsables

Matières	ECTS	Semestre	Cours	TD	TP	Cours- TD	Cours- TP	TD- TP	A distance	Projet	Tutorat
UE 4 : Droit des société et de la PI	2	Annualisé	14	7							

UE 4 : Droit des société et de la PI

ECTS : 2

Semestre calendaire : Annualisé

Détail du volume horaire

Cours magistraux : 14

Travaux dirigés : 7

Langue d'enseignement

Français

Enseignement à distance

non

Prérequis

Notions d'analyse stratégique

Programme / plan / contenus

Le module présente d'abord les fondements du droit des sociétés et des associations : personnalité morale, statuts, organes de décision et responsabilités. Il approfondit la gouvernance et les pouvoirs (délégations, conflits d'intérêts), puis outille les relations commerciales à travers l'analyse de contrats clés et de leurs clauses essentielles. Un volet central est consacré à la propriété littéraire et artistique (droit d'auteur et droits voisins) : titularité, cession/licence, exceptions et encadrement de l'usage des œuvres. Des études de cas permettent d'identifier les risques et leur prévention.

Objectifs d'apprentissage

Expliquer les principes fondamentaux du droit des sociétés et des associations et leurs implications en gouvernance.

Choisir la structure juridique adaptée à un projet entrepreneurial dans le secteur de la communication

Intégrer les contraintes et opportunités juridiques dans une démarche stratégique de création ou de gestion d'entreprise en communication.

Analyser un projet entrepreneurial sous l'angle juridique

Développer l'esprit critique sur les choix de structure en fonction du projet

Être capable de dialoguer avec des « experts » (financiers, juristes, RH)

Identifier, interpréter et appliquer les règles de propriété intellectuelle.

Qualifier les situations à risque

Matières	ECTS	Semestre	Cours	TD	TP	Cours- TD	Cours- TP	TD- TP	A distance	Projet	Tutorat
UE 3 : Stratégie et gouvernance participative	4	Annualisé	21	7							

UE 3 : Stratégie et gouvernance participative

ECTS : 4

Semestre calendaire : Annualisé

Détail du volume horaire

Cours magistraux : 21

Travaux dirigés : 7

Langue d'enseignement

Français

Enseignement à distance

non

Prérequis

Bases en théories des organisations

Programme / plan / contenus

Le module articule l'analyse stratégique complète d'une organisation avec la conception et le déploiement d'options de développement responsables. Il mobilise les principaux outils de diagnostic (environnement, secteur, chaîne de valeur/écosystème, ressources et compétences) pour établir une lecture solide des enjeux, risques et leviers de création de valeur. Sur cette base, les étudiant·e·s formulent des orientations stratégiques, les priorisent et les traduisent en feuille de route opérationnelle. La dimension de gouvernance participative structure la faisabilité : clarification des rôles et pouvoirs, règles de décision, mécanismes de transparence et de redevabilité. Enfin, le module outille le dialogue et la co-construction avec les parties prenantes afin d'aligner stratégie, attentes sociales et soutenabilité, dans une logique d'amélioration continue.

Objectifs d'apprentissage

Réaliser un diagnostic stratégique complet (macro, secteur, concurrents, ressources/compétences).

Définir des orientations et objectifs stratégiques alignés sur les enjeux de l'environnement.

Concevoir une gouvernance participative.

Intégrer l'éthique des affaires et les attentes des parties prenantes dans la décision et le suivi.

Organisation générale et modalités pédagogiques

Le module alterne apports théoriques, entraînements aux outils et multiples études de cas sectorielles. La progression suit le fil du diagnostic stratégique, puis

Bloc 3 : Manager de projets à impact

Matières	ECTS	Semestre	Cours	TD	TP	Cours- TD	Cours- TP	TD- TP	A distance	Projet	Tutorat
UE 7 : Conférences Organisations à impact	0	Annualisé	24								

UE 7 : Conférences Organisations à impact

ECTS : 0

Semestre calendaire : Annualisé

Détail du volume horaire

Cours magistraux : 24

Langue d'enseignement

Français

Enseignement à distance

non

Programme / plan / contenus

Le cycle de conférences à impact aborde des thèmes pointus qui traversent communication, management et projets culturels, en les ancrant dans des retours d'expérience opérationnels. Un premier axe traite l'accessibilité, l'inclusion et la communication responsable, en les traduisant en critères concrets de conception de contenus, d'événements et de dispositifs de médiation. Un second axe explore l'IA et l'éthique : usages créatifs et analytiques, gouvernance des données, biais et transparence, cadres de conformité et chartes d'usage. Des interventions thématiques complètent le programme (réputation et gestion de crise, mécénat/sponsoring responsables, évaluation d'impact social, gouvernances partenariales).

Objectifs d'apprentissage

Analyser un enjeu "impact" complexe (économique, social, environnemental)

Concevoir une posture d'influence responsable

Préparer et gérer des situations sensibles

Mesurer et raconter l'impact

Organisation générale et modalités pédagogiques

Le module prend la forme d'un cycle de conférences expertes (praticiens/chercheurs/ONG/entreprises à mission/collectivités)

Compétences

Cartographier enjeux/parties prenantes

Concevoir des dispositifs d'influence éthique et de dialogue (transparence, redevabilité, traçabilité).

Gérer des situations sensibles

Matières	ECTS	Semestre	Cours	TD	TP	Cours- TD	Cours- TP	TD- TP	A distance	Projet	Tutorat
UE 6 : Entrepreneuriat	2	Annualisé	11	3							

UE 6 : Entrepreneuriat

ECTS : 2

Semestre calendaire : Annualisé

Détail du volume horaire

Cours magistraux : 11

Travaux dirigés : 3

Langue d'enseignement

Français

Enseignement à distance

non

Prérequis

Fondamentaux de management de projet

Bases d'analyse stratégique et de marketing

Programme / plan / contenus

Le module accompagne la transformation d'un **problème** identifié en opportunité entrepreneuriale par l'exploration de terrain. Il structure ensuite la proposition de valeur. Les étudiant·e·s modélisent le modèle d'affaires en ouvrant sur des modèles hybrides ESS (subventions, ventes, partenariats, mécénat/sponsoring). Enfin, le cours traite de l'impact, de la gouvernance et de la responsabilité, puis de l'économie et du financement (budget, plan de financement, sensibilité aux risques) pour aboutir à une trajectoire crédible et soutenable.

Objectifs d'apprentissage

Identifier une opportunité entrepreneuriale par l'exploration du problème

Concevoir une proposition de valeur et un modèle d'affaires

Planifier la mise en œuvre

Intégrer les enjeux éthiques

Organisation générale et modalités pédagogiques

Le module s'appuie sur un cas fil rouge : chaque équipe transforme un problème réel (marchand ou ESS) en proposition de valeur, puis en plan de déploiement. Les séances alternent apports structurés (cadres et outils d'entrepreneuriat) et réalisations collectives.

Compétences

Explorer et formuler une opportunité

Matières	ECTS	Semestre	Cours	TD	TP	Cours- TD	Cours- TP	TD- TP	A distance	Projet	Tutorat
UE 5 : Management de projet	6	Annualisé	14	35							

Matières	ECTS	Semestre	Cours	TD	TP	Cours- TD	Cours- TP	TD- TP	A distance	Projet	Tutorat
■											

UE 5 : Management de projet

ECTS : 6

Semestre calendaire : Annualisé

Détail du volume horaire

Cours magistraux : 14

Travaux dirigés : 35

Langue d'enseignement

Français

Enseignement à distance

non

Prérequis

Bases en stratégie et management

Appétence pour le travail en équipe

Programme / plan / contenus

Le module couvre d'abord le cadrage d'un événement culturel ou social : intention et objectifs d'impact, publics visés, proposition de valeur, périmètre, contraintes et premiers risques. Il outille ensuite la cartographie des parties prenantes et la gouvernance (rôles/RACI, instances, règles de décision), ainsi que les modalités de coordination avec les partenaires, les prestataires et les commanditaires. La structuration et le planning portent sur le lotissement (WBS), le calendrier/J-0, la logistique et les procédures opérationnelles. Un volet est dédié au budget et aux financements et au suivi des coûts. Enfin, la communication de projet est travaillée de bout en bout : positionnement et récit, messages & supports, mix de canaux (médias, social, influence), plan éditorial.

Objectifs d'apprentissage

Cadrer un projet culturel/social à impact : besoin, objectifs, périmètre, livrables, parties prenantes.

Planifier et organiser : WBS/lotissement, Gantt/jalons, RACI, budget, approvisionnements, risques/qualité.

Piloter l'équipe : rôles, rituels, communication interne, leadership situationnel, résolution de conflits.

Organisation générale et modalités pédagogiques

Le module repose sur un projet réel mené en équipes de 5 à 8 : un événement culturel ou social à impact.

L'enseignant·e tuteur/tutrice accompagne l'équipe, mais la réalisation est autonome. Le déroulé alterne apports structurés (méthodes & outils), ateliers pratico-pratiques (construction des livrables), et revues de jalons (points

Matières	ECTS	Semestre	Cours	TD	TP	Cours- TD	Cours- TP	TD- TP	A distance	Projet	Tutorat
<u>Pilotage financier des organisations marchandes et non-marchandes</u>	3	Semestre 1	14	7							

Pilotage financier des organisations marchandes et non-marchandes

ECTS : 3

Semestre calendaire : Semestre 1

Détail du volume horaire

Cours magistraux : 14

Travaux dirigés : 7

Langue d'enseignement

Français

Enseignement à distance

non

Prérequis

Ce module ne nécessite pas de prérequis techniques approfondis en comptabilité ou en finance. Il s'adresse à des étudiants non spécialistes, disposant d'une culture générale en management des organisations et d'une capacité à lire, interpréter et discuter des documents de gestion simples.

Programme / plan / contenus

Le module présente les bases du pilotage financier à travers l'étude du bilan, du compte de résultat et des principaux ratios financiers. Il aborde également l'élaboration et le suivi d'un budget, d'un plan de trésorerie et d'un plan de financement. Une attention est portée aux spécificités des organisations non marchandes.

Objectifs d'apprentissage

À l'issue du module, les étudiants seront capables de comprendre les principaux documents financiers d'une organisation — bilan, compte de résultat, budget, plan d'investissement et plan de trésorerie — afin d'en tirer un diagnostic simple. Ils apprendront à analyser la santé financière, la rentabilité et les équilibres de financement d'une organisation, en tenant compte de ses finalités économiques. Le module vise aussi à développer une lecture responsable du pilotage financier, en lien avec les enjeux d'éthique, de transparence, de soutenabilité et de prise de décision managériale.

Organisation générale et modalités pédagogiques

Les séances alternent apports méthodologiques, exercices d'application, études de cas et analyses de documents financiers simplifiés issus d'organisations marchandes et non marchandes.

Compétences

Bloc 4 : Gérer les parties prenantes

Matières	ECTS	Semestre	Cours	TD	TP	Cours- TD	Cours- TP	TD- TP	A distance	Projet	Tutorat
UE 11: Sociologie des publiques et management des partenariats (option CC)	4	Annualisé	21	7							

Matières	ECTS	Semestre	Cours	TD	TP	Cours- TD	Cours- TP	TD- TP	A distance	Projet	Tutorat
■											

UE 11: Sociologie des publics et management des partenariats (option CC)

ECTS : 4

Semestre calendaire : Annualisé

Détail du volume horaire

Cours magistraux : 21

Travaux dirigés : 7

Langue d'enseignement

Français

Enseignement à distance

non

Prérequis

Théories des organisations

Programme / plan / contenus

Le module combine sociologie des publics et management des partenariats pour outiller la compréhension des pratiques culturelles, des paradigmes explicatifs et de leurs implications pour l'action. Des questions de démocratie et de droits culturels ou encore l'inclusion des publics empêchés y sont discutées.

Le module introduit aussi les modèles hybrides de financement et la cartographie des partenaires (culturels, associatifs, éducatifs, économiques, territoriaux) pour prioriser les alliances pertinentes.

Objectifs d'apprentissage

Expliquer les concepts majeurs de la sociologie de la culture et situer des politiques dans un paradigme sociologique.

Analyser et concevoir des modèles de financement hybrides (public/privé) pour des organisations culturelles.

Cartographier/qualifier un écosystème de partenaires

Organisation générale et modalités pédagogiques

Chaque séance combine concepts, débats collectifs et applications sur des cas concrets. Ce module concerne uniquement l'option Management Communication, Culture.

Compétences

Appréhender les concepts et recherches en sociologie de la culture et les replacer dans leur évolution

Matières	ECTS	Semestre	Cours	TD	TP	Cours- TD	Cours- TP	TD- TP	A distance	Projet	Tutorat
<u>UE 10 : Communication Interne et externe (option CO)</u>	4	Annualisé	21	7							

UE 10 : Communication Interne et externe (option CO)

ECTS : 4

Semestre calendaire : Annualisé

Détail du volume horaire

Cours magistraux : 21

Travaux dirigés : 7

Langue d'enseignement

Français

Enseignement à distance

non

Prérequis

Théorie de la communication, Théories des organisations, Stratégie et Marketing

Notions de management des RH

Programme / plan / contenus

Le module articule les deux volets complémentaires de la communication des organisations : interne (coordination, engagement, culture) et externe/institutionnelle (image, réputation). Il analyse les publics internes (métiers, managers, relais) pour formuler besoins d'information, messages et canaux adaptés, puis construit un plan de communication interne. Côté externe, il traite les mécanismes d'image, de légitimation et de réputation, en liant messages de preuve, risques et exigences de transparence. Il définit une stratégie de communication externe/institutionnelle cohérente avec le positionnement et les parties prenantes (médias, réseaux, influence, événements). Enfin, il outille la production des dispositifs pour assurer la cohérence interne-externe et la professionnalité des livrables.

Objectifs d'apprentissage

Expliquer le rôle stratégique de la communication interne (coordination, engagement, culture) et externe (image, réputation, licence d'opérer).

Diagnostiquer les publics/audiences (internes/externes), leurs besoins de communication et les risques réputationnels.

Adapter les formes et contenus aux contextes et aux cibles pour faire du sens et donner du sens (alignement culture-marque-organisation du travail).

Organisation générale et modalités pédagogiques

Matières	ECTS	Semestre	Cours	TD	TP	Cours- TD	Cours- TP	TD- TP	A distance	Projet	Tutorat
UE 9 : Marketing	3	Annualisé	14	7							

UE 9 : Marketing

ECTS : 3

Semestre calendaire : Annualisé

Détail du volume horaire

Cours magistraux : 14

Travaux dirigés : 7

Langue d'enseignement

Français

Enseignement à distance

non

Prérequis

Stratégie

Programme / plan / contenus

Le module introduit les fondamentaux du marketing et cadre un projet fil rouge pour appliquer chaque notion à une offre concrète. Il outille l'étude de marché et l'analyse du comportement du consommateur afin d'identifier les besoins, usages et critères de choix. Les étudiant·e·s construisent ensuite la segmentation-ciblage-positionnement (STP), formulent une proposition de valeur argumentée et précisent l'offre. Ils/elles conçoivent un marketing mix cohérent (4P/7P : produit/service, prix, distribution, communication, processus, personnes, preuve) et un mini-plan d'actions. Enfin, le travail se clôture par un pitch et des recommandations opérationnelles.

Objectifs d'apprentissage

Expliquer les principaux concepts marketing (valeur, besoin, offre, marché, concurrence) et le processus de décision d'achat.

Mener une analyse de marché : études exploratoires, segmentation-ciblage-positionnement, benchmarking.

Concevoir un marketing mix pertinent (4P/7P) et aligné avec la stratégie globale de l'organisation.

Définir une stratégie marketing de développement (nouveau produit/service) et un plan d'actions opérationnel.

Organisation générale et modalités pédagogiques

Le cours est articulé autour de la conception d'un nouveau produit ou service réalisée par les étudiant·e·s, qui sert de fil rouge à l'ensemble des séances. Chaque séance démarre par des apports structurés (cadres, méthodes,

Matières	ECTS	Semestre	Cours	TD	TP	Cours- TD	Cours- TP	TD- TP	A distance	Projet	Tutorat
UE 8 : Management des ressources humaines	3	Annualisé	14	7							

UE 8 : Management des ressources humaines

ECTS : 3

Semestre calendaire : Annualisé

Détail du volume horaire

Cours magistraux : 14

Travaux dirigés : 7

Langue d'enseignement

Français

Enseignement à distance

non

Prérequis

Théories des organisations et Stratégie

Programme / plan / contenus

Le module clarifie l'évolution de la dimension humaine dans les organisations et situe les rôles/missions de la fonction RH selon la taille et l'internationalisation des structures, y compris dans les contextes associatifs. Il couvre les champs clés de la GRH — GPEC, recrutement, formation, rémunération et bien-être — en les reliant aux enjeux psychologiques et sociologiques du travail. Les étudiant·e·s apprennent à analyser les besoins en effectifs et en compétences, à élaborer des plans d'action (mobilité, carrière, qualité de vie au travail). Une attention spécifique est portée aux configurations non standard (bénévoles, volontaires, intermittents du spectacle) et à leurs implications opérationnelles. L'ensemble vise à aligner la stratégie RH sur la stratégie globale de l'organisation et à renforcer la performance collective par des dispositifs adaptés au contexte.

Objectifs d'apprentissage

Expliquer l'évolution de la fonction RH, ses rôles/missions et ses modèles d'organisation (selon la taille/secteur).

Mobiliser les outils clés de la GRH (GPEC, recrutement, formation, rémunération, QVT) dans les secteurs marchand et associatif.

Réaliser un diagnostic emplois-compétences et dimensionner les effectifs (volontaires, intermittents compris).

Construire des plans d'action RH (GPEC, recrutement/formation, rémunération, mobilité, bien-être) alignés à la stratégie.

Bloc 5 : Communiquer et mobiliser des technologies numériques

Matières	ECTS	Semestre	Cours	TD	TP	Cours- TD	Cours- TP	TD- TP	A distance	Projet	Tutorat
UE 15 : Anglais	2	Annualisé		21							

UE 15 : Anglais

ECTS : 2

Semestre calendaire : Annualisé

Détail du volume horaire

Travaux dirigés : 21

Langue d'enseignement

Anglais

Enseignement à distance

non

Prérequis

Niveau B1

Programme / plan / contenus

Le contenu couvre l'anglais pratique pour le bureau. Il traite l'anglais professionnel appliqué avec production de documents standard. Un volet grammaire et prononciation cible les erreurs fréquentes et l'intelligibilité orale. La culture anglo-saxonne sert de cadre à la communication interculturelle. Des séquences TOEIC entraînent aux techniques de repérage et à l'amélioration de la vitesse/justesse.

Objectifs d'apprentissage

Communiquer avec aisance en anglais dans des situations professionnelles courantes.

Maîtriser des compétences linguistiques clés.

Mobiliser un lexique professionnel.

Se préparer efficacement au TOEIC.

Organisation générale et modalités pédagogiques

Les séances se déroulent en présentiel et alternent ateliers oraux et exercices écrits avec correction immédiate.

Chaque séquence démarre par un focus langue directement réinvesti dans une tâche professionnelle. Un fil conducteur TOEIC propose des stratégies, sans sacrifier la communication authentique.

Compétences

Connaître les pratiques de communication professionnelle en anglais (écrit/oral, étiquette).

Connaître des éléments de culture anglo-saxonne utiles aux interactions.

Connaître les pratiques rédactionnelles et les mettre en

Matières	ECTS	Semestre	Cours	TD	TP	Cours- TD	Cours- TP	TD- TP	A distance	Projet	Tutorat
UE 14 : Communication digitale	3	Annualisé	14	7							

UE 14 : Communication digitale

ECTS : 3

Semestre calendaire : Annualisé

Détail du volume horaire

Cours magistraux : 14

Travaux dirigés : 7

Langue d'enseignement

Français

Enseignement à distance

non

Programme / plan / contenus

Le contenu traite de l'anglais professionnel appliqué avec la production de documents standard. Un volet grammaire & prononciation cible les erreurs fréquentes et l'intelligibilité orale. La culture anglo-saxonne sert de cadre à la communication interculturelle. Des séquences TOEIC entraînent aux formats Listening/Reading, aux techniques de repérage et à l'amélioration de la vitesse/justesse.

Objectifs d'apprentissage

Produire des documents métiers

Maîtriser des compétences linguistiques

Mobiliser un lexique professionnel

Se préparer efficacement au TOEIC

Organisation générale et modalités pédagogiques

Les séances se déroulent en présentiel et alternent ateliers oraux (jeux de rôles, mini-réunions, pitch) et exercices écrits (e-mails, notes, CV/cover letter) avec correction immédiate. Chaque séquence démarre par un focus langue (prononciation, grammaire utile, phrasal verbs) directement réinvesti dans une tâche professionnelle (prise de parole, synthèse, négociation). Des micro-projets (présentation d'un dossier, simulation visio en anglais, compte rendu concis) favorisent l'autonomie, l'aisance et la précision. Un fil conducteur TOEIC propose des drills réguliers (listening/reading) et des stratégies (repérage d'indices, gestion du temps, pièges fréquents), sans sacrifier la communication authentique.

Compétences

Connaître les pratiques de communication professionnelle en anglais.

Connaître les pratiques rédactionnelles et les mettre en

Matières	ECTS	Semestre	Cours	TD	TP	Cours- TD	Cours- TP	TD- TP	A distance	Projet	Tutorat
<u>UE 13 : Graphisme et techniques de rédaction</u>	4	Annualisé	11	24							

UE 13 : Graphisme et techniques de rédaction

ECTS : 4

Semestre calendaire : Annualisé

Détail du volume horaire

Cours magistraux : 11

Travaux dirigés : 24

Langue d'enseignement

Français

Enseignement à distance

non

Prérequis

Théories de la communication (publics, objectifs, messages, canaux).

Maîtrise de base des outils bureautiques et aisance rédactionnelle élémentaire.

Appétence pour la production de contenus (texte/visuel).

Programme / plan / contenus

Le contenu couvre les fondamentaux de la mise en page, l'usage des logiciels de PAO et de l'IA et les contraintes techniques d'export. Il traite de la conception rédactionnelle : angle, structure, titrage, argumentation, sources et vérification, ainsi que l'adaptation aux genres (article, communiqué, compte rendu, brochure) et aux canaux. L'articulation texte-image est travaillée à travers la hiérarchie de l'information, la cohérence tonale/visuelle. Un accent est mis sur la communication responsable (clarté, inclusion, accessibilité, mentions légales, droits d'auteur et d'image).

Objectifs d'apprentissage

Concevoir un message clair et adapté à une cible et à un objectif donnés.

Utiliser les principaux logiciels de graphisme/PAO, l'IA et appliquer les règles essentielles de mise en page.

Rédiger des textes professionnels variés (article, communiqué, compte rendu, brochure) en respectant les contraintes et genres.

Intégrer des textes et des visuels dans des supports multicanaux cohérents (print/digital) et techniquement conformes.

Définir une ligne éditoriale et graphique.

Matières	ECTS	Semestre	Cours	TD	TP	Cours- TD	Cours- TP	TD- TP	A distance	Projet	Tutorat
UE 12 : Introduction aux théories de la communication	3	Annualisé	14	7							

UE 12 : Introduction aux théories de la communication

ECTS : 3

Semestre calendaire : Annualisé

Détail du volume horaire

Cours magistraux : 14

Travaux dirigés : 7

Langue d'enseignement

Français

Enseignement à distance

non

Programme / plan / contenus

Le module introduit les notions et la philosophie de la communication pour préciser ce que l'on entend par information, sens, relation et contexte d'énonciation dans les organisations. Il explore ensuite les théories de la transmission (schémas, codage/bruit, médiations techniques) et les théories de l'attention afin de comprendre comment capter, maintenir et orienter l'attention selon les publics et les supports. Un volet couvre les théories culturelles (cadres, symboles, relations) et leurs effets sur la construction de sens, les identités et les cultures. Les théories de la réception permettent d'analyser appropriation, interprétations différenciées et négociations de sens selon les audiences.

Objectifs d'apprentissage

Identifier les grandes approches en théorie de la communication.

Expliquer les processus communicationnels (production ? circulation ? réception ? effets) et leurs conditions (contexte, dispositifs, médiations).

Relier les auteurs et concepts à des situations organisationnelles.

Analyser un contexte de communication, repérer les audiences/cibles et les enjeux de co-construction du sens.

Appliquer une grille d'analyse à une étude de cas et formuler des recommandations communicationnelles argumentées.

Organisation générale et modalités pédagogiques

Le cours alterne des apports structurés sur les principaux cadres théoriques et des applications immédiates sur des études de cas en communication. Chaque séance introduit des auteurs, concepts ou modèles, puis un atelier permet

Bloc 6 : Construire une posture réflexive

Matières	ECTS	Semestre	Cours	TD	TP	Cours- TD	Cours- TP	TD- TP	A distance	Projet	Tutorat
UE 16 : Méthodologie et suivi du mémoire de recherche	12	Annualisé	13	19							

UE 16 : Méthodologie et suivi du mémoire de recherche

ECTS : 12

Semestre calendaire : Annualisé

Détail du volume horaire

Cours magistraux : 13

Travaux dirigés : 19

Langue d'enseignement

Français

Enseignement à distance

non

Prérequis

Théories des organisations,

Théories de l'information et de la communication

Programme / plan / contenus

Le contenu couvre la problématisation (du terrain à la question de recherche), la revue de littérature (recherche documentaire, lecture critique, synthèse) et la construction d'un cadre conceptuel opérant. Enfin, la rédaction du mémoire est accompagnée : structure académique, normes de citation, visuels lisibles, recommandations actionnables.

Objectifs d'apprentissage

Transformer une situation professionnelle en problématique de recherche-action cadrée et faisable.

Construire une revue de littérature pertinente et élaborer un cadre conceptuel.

Rédiger un mémoire de recherche appliquée : diagnostic, recommandations actionnables, limites et perspectives.

Organisation générale et modalités pédagogiques

Le module se déroule sur l'année, en suivi personnalisé (tutorat) complété par des ateliers méthodologiques collectifs. Chaque étudiant·e choisit une problématique et avance par jalons : cadrage, revue de littérature et rédaction. Les séances alternent des apports méthodologiques courts, des études de cas de mémoires antérieurs et l'accompagnement individuel pour lever les obstacles. L'accent est mis sur la posture réflexive, la qualité des analyses et la valorisation des résultats.

Compétences

Matières	ECTS	Semestre	Cours	TD	TP	Cours- TD	Cours- TP	TD- TP	A distance	Projet	Tutorat
UE libre 1 ISM- IAE	3	Annualisé	21								
■											

UE libre 1 ISM-IAE

ECTS : 3

Semestre calendaire : Annualisé

Détail du volume horaire

Cours magistraux : 21

Langue d'enseignement

Français

Enseignement à distance

non

Nature de l'évaluation

Détail renseigné au niveau Élément Constitutif

[UE libre 2 ISM-
IAE](#)

3

Annualisé 21

■

UE libre 2 ISM-IAE

ECTS : 3

Semestre calendaire : Annualisé

Détail du volume horaire

Cours magistraux : 21

Langue d'enseignement

Français

Enseignement à distance

non

Nature de l'évaluation

Détail renseigné au niveau Élément Constitutif

[UE libre 3 ISM-
IAE](#)

3

Annualisé 21

■

Matières	ECTS	Semestre	Cours	TD	TP	Cours- TD	Cours- TP	TD- TP	A distance	Projet	Tutorat
■											

UE libre 3 ISM-IAE

ECTS : 3

Semestre calendaire : Annualisé

Détail du volume horaire

Cours magistraux : 21

Langue d'enseignement

Français

Enseignement à distance

non

Nature de l'évaluation

Détail renseigné au niveau Élément Constitutif

[UE libre 4 ISM-
IAE](#)

3

Annualisé 21

■

UE libre 4 ISM-IAE

ECTS : 3

Semestre calendaire : Annualisé

Détail du volume horaire

Cours magistraux : 21

Langue d'enseignement

Français

Enseignement à distance

non

Nature de l'évaluation

Détail renseigné au niveau Élément Constitutif

[UE libre 5 ISM-
IAE](#)

3

Annualisé 21

■

UE libre 5 ISM-IAE

ECTS : 3

Semestre calendaire : Annualisé

Détail du volume horaire

Cours magistraux : 21

Langue d'enseignement

Français

Enseignement à distance

non

Nature de l'évaluation

Détail renseigné au niveau Élément Constitutif

[UE libre 6 ISM-
IAE](#)

3

Annualisé 21

Matières	ECTS	Semestre	Cours	TD	TP	Cours- TD	Cours- TP	TD- TP	A distance	Projet	Tutorat
■											

UE libre 6 ISM-IAE

ECTS : 3

Semestre calendaire : Annualisé

Détail du volume horaire

Cours magistraux : 21

Langue d'enseignement

Français

Enseignement à distance

non

Nature de l'évaluation

Détail renseigné au niveau Élément Constitutif

[UE libre 7 ISM-
IAE](#)

3

Annualisé 21

■

UE libre 7 ISM-IAE

ECTS : 3

Semestre calendaire : Annualisé

Détail du volume horaire

Cours magistraux : 21

Langue d'enseignement

Français

Enseignement à distance

non

Nature de l'évaluation

Détail renseigné au niveau Élément Constitutif

[UE libre 8 ISM-
IAE](#)

3

Annualisé 21

■

UE libre 8 ISM-IAE

ECTS : 3

Semestre calendaire : Annualisé

Détail du volume horaire

Cours magistraux : 21

Langue d'enseignement

Français

Enseignement à distance

non

Nature de l'évaluation

Détail renseigné au niveau Élément Constitutif

[UE libre 9 ISM-
IAE](#)

3

Annualisé 21

Matières	ECTS	Semestre	Cours	TD	TP	Cours- TD	Cours- TP	TD- TP	A distance	Projet	Tutorat
■											

UE libre 9 ISM-IAE

ECTS : 3

Semestre calendaire : Annualisé

Détail du volume horaire

Cours magistraux : 21

Langue d'enseignement

Français

Enseignement à distance

non

Nature de l'évaluation

Détail renseigné au niveau Élément Constitutif

[UE libre 10 ISM-
IAE](#)

3

Annualisé 21

■

UE libre 10 ISM-IAE

ECTS : 3

Semestre calendaire : Annualisé

Détail du volume horaire

Cours magistraux : 21

Langue d'enseignement

Français

Enseignement à distance

non

Nature de l'évaluation

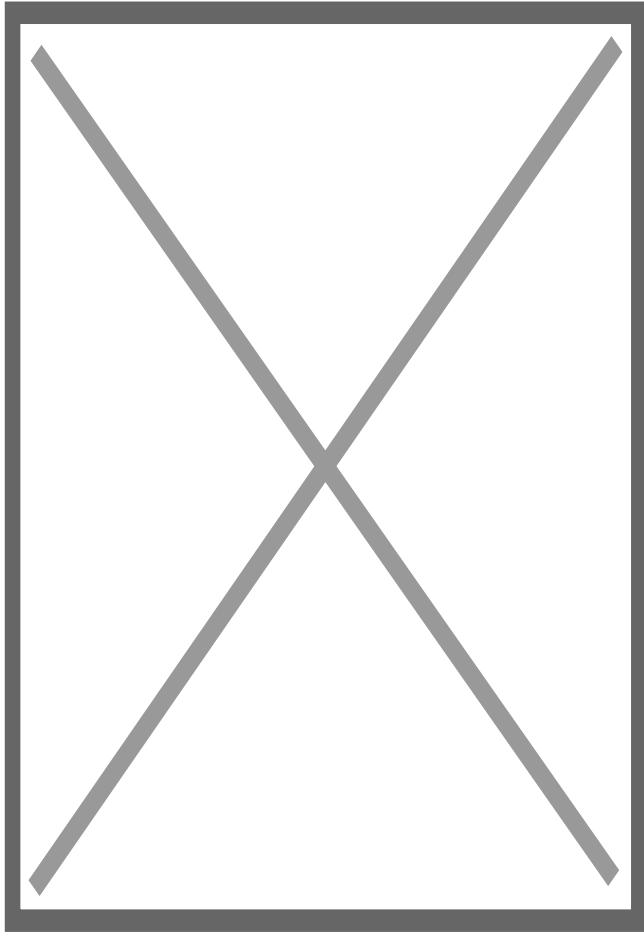
Détail renseigné au niveau Élément Constitutif

Lieu(x) d'enseignement

GUYANCOURT

Campus de la formation

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](#)

Restaurant CROUS

Résidence étudiante

Bibliothèque

Contact(s)

- **Stela RAYTCHEVA**

Liens

[Blog Destination études supérieures : devenir chargée ou chargé de relations pu...](#)

<http://www.universite-paris-saclay.fr/formation/master/communication-des-organisations/m1-management-et-communication-des-organisations>