

STRATÉGIE ET COMMUNICATION DES ORGANISATIONS



CYCLE MASTER
2018-2019

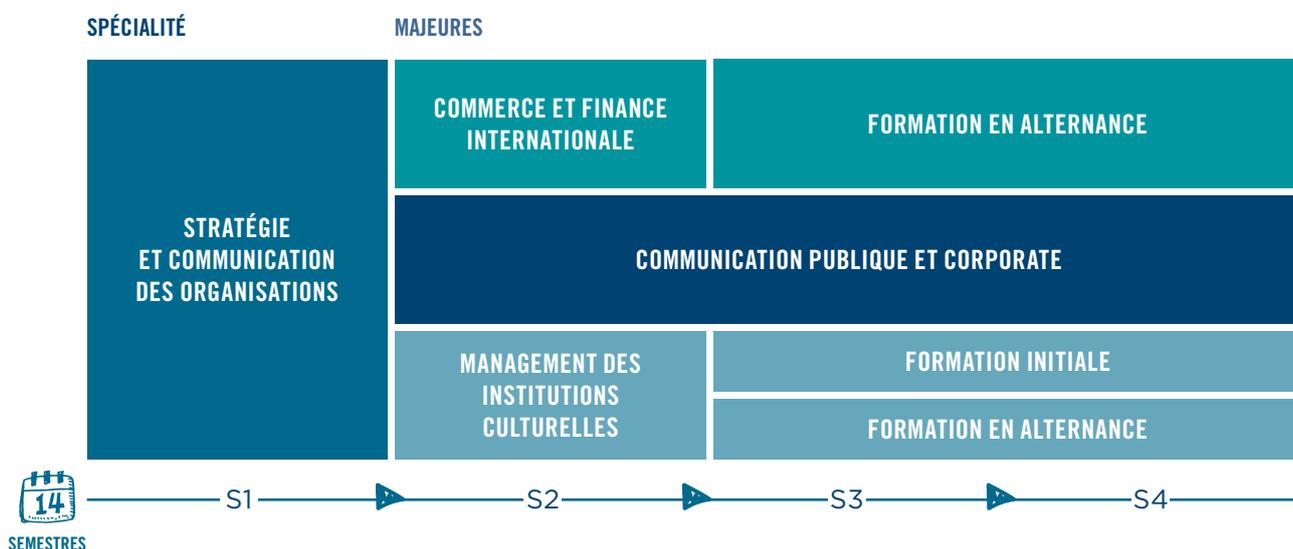
La spécialité **Stratégie et communication des organisations** propose aux étudiants, dans une optique pluridisciplinaire combinant différents niveaux d'analyse, des enseignements qui permettent de comprendre les problématiques et les enjeux contemporains autour du gouvernement et du management des organisations, dans les secteurs du commerce et de la finance, de la communication et du monde culturel.

Le premier semestre commun est composé à la fois de cours fondamentaux sur la communication, le management de projet, la gestion financière et la stratégie, mais aussi de cours électifs relatifs aux domaines de la culture, de la communication, du droit des entreprises et de la gestion des ressources humaines. Au second semestre, les étudiants intègrent une des trois majeures de la spécialité : Commerce et finance internationale (CFI), Communication publique et corporate (CPC) ou Management des institutions culturelles (MIC) afin de leur permettre de se spécialiser.

Les enseignements dispensés au sein de ces majeures au cours des semestres suivants visent à permettre aux étudiants de se professionnaliser progressivement. Les majeures CFI et MIC offrent la possibilité aux étudiants de réaliser leur seconde année (semestre 3 et 4) de cycle master en alternance tandis que le semestre 4 de la majeure CPC est réservée à la réalisation d'un stage de 6 mois minimum.



SCHÉMA DES ÉTUDES





PRÉSENTATION DES MAJEURES



Majeure COMMERCE ET FINANCE INTERNATIONALE

La majeure "Commerce et finance internationale" forme les étudiants aux métiers de la gestion : finance, comptabilité, ressources humaines, stratégie et marketing international particulièrement.

En deuxième année de cycle master, la majeure propose à ses étudiants une formation en alternance selon deux parcours "Entrepreneur", "Banque & Finance" ou "Ressources Humaines". Le parcours "Entrepreneur" propose également un accompagnement à la création d'entreprise. Il vise tous les types de projets, de l'entrepreneuriat social au commerce de proximité en passant par les start-up du digital. Les apprentis alterneront généralement entre des périodes d'1 semaine de cours à Sciences Po Lille et des périodes de 3 semaines en entreprises, permettant ainsi les déplacements à l'étranger pour les postes internationaux.

Majeure COMMUNICATION PUBLIQUE ET CORPORATE

La majeure "Communication publique et corporate" forme des étudiants se destinant à une spécialisation en communication dans les secteurs marchands (entreprises, agences) ou non marchands (institutions publiques, associations, fondations, etc.).

La formation est résolument généraliste, aussi bien en termes de branches d'activités (relations médias, communication interne, événementielle ou digitale, etc.) qu'en termes d'outils (médiatraining, PAO, community management, etc.). L'accent demeure toutefois porté sur la dimension stratégique du métier afin d'offrir aux étudiants les fondements théoriques et méthodologiques leur permettant de piloter la fonction communication d'une organisation.

Majeure MANAGEMENT DES INSTITUTIONS CULTURELLES

La majeure "Management des institutions culturelles" est une formation généraliste et professionnalisante pour des futurs managers de projets et de structures culturels. La formation vise à faire connaître les politiques et les pratiques culturelles ainsi que les spécificités des différents secteurs de la culture, afin d'en comprendre les enjeux politiques, artistiques, sociologiques, économiques, financiers, juridiques et internationaux.

La 5^e année peut se faire en formation initiale ou en apprentissage.

La 5^e année en apprentissage, construite en partenariat avec des acteurs culturels de la région des Hauts de France (Palais des Beaux-Arts de Lille, Louvre Lens, Opéra de Lille, Pictanovo, Bateau Feu, Rose des Vents, Condition Publique...) et de l'Ile de France (Centre des Monuments Nationaux, Arte, Réunion des musées nationaux- Grand Palais, le Centquatre...) dispense une formation renforcée sur les techniques et outils de management des structures et des projets culturels (marketing, communication digitale, gestion budgétaire, droit social...).

SEMESTRE 1

30 ECTS
T V C

| UNITÉ FONDAMENTALE | | | | 12 |
|--------------------------------------|----|-----|---|----|
| Introduction à la communication | CM | 21h | 3 | |
| Project Management | CM | 21h | 3 | |
| Gestion financière des organisations | CM | 21h | 3 | |
| Stratégie des organisations | CM | 21h | 3 | |

| UNITÉ RECHERCHE ET EXPERTISE | | | | 6 |
|---|-------|-----|---|---|
| Méthodologie du mémoire et du rapport d'expertise | Conf. | 18h | 3 | |
| Théories des organisations | Conf. | 18h | 3 | |

| UNITÉ D'OUVERTURE | | | | 6 |
|---|----|-----|---|---|
| 2 cours électifs au choix parmi 6 | | | | |
| Communication politique | CM | 18h | 3 | |
| Culture et innovation sociale | CM | 18h | 3 | |
| Gestion des ressources humaines | CM | 18h | 3 | |
| Histoire des médias et de l'espace public | CM | 18h | 3 | |
| Histoire des politiques culturelles | CM | 18h | 3 | |
| Droit des entreprises | CM | 18h | 3 | |

| UNITÉ DE LANGUES | | | | 6 |
|---------------------------|-------|-----|---|---|
| LV1 Conférence de méthode | Conf. | 18h | 3 | |
| LV2 Conférence de méthode | Conf. | 18h | 3 | |

| AUTRES CRÉDITS | | | | |
|--|-------|--|--|---|
| (hors moyenne - crédit supplémentaire) | | | | |
| Sport (pratique obligatoire) | | | | 1 |
| Langue vivante 3 (choix libre) | Conf. | | | 1 |

MAQUETTES PÉDAGOGIQUES

SEMESTRE 2

30 ECTS

SEMESTRES 3

30 ECTS

SEMESTRE 4

30 ECTS

Une majeure au choix

T V C

Majeure choisie en S2

T V C

T V C

| | | | | |
|--|--|------|-----|----|
| Majeure "COMMERCE ET FINANCE INTERNATIONALE" | UNITÉ FONDAMENTALE | | | 10 |
| | Comptabilité et Audit | SEM. | 24h | 2 |
| | Droit du travail | SEM. | 24h | 2 |
| | Études de marché / Marketing | SEM. | 24h | 2 |
| | Gestion des carrières et des compétences | SEM. | 24h | 2 |
| | Gestion financière | SEM. | 24h | 2 |
| | UNITÉ DE SPÉCIALITÉ - 2 cours électifs parmi 4 | | | 4 |
| | Outils informatiques de gestion | CM | 18h | 2 |
| | Ethics in Business and Economics | CM | 18h | 2 |
| | Géopolitique et économie | CM | 18h | 2 |
| Mathématiques et statistiques | CM | 18h | 2 | |

OU

| | | | | |
|---|--|------|-----|----|
| Majeure "MANAGEMENT DES INSTITUTIONS CULTURELLES" | UNITÉ FONDAMENTALE | | | 10 |
| | Droit et culture : la propriété intellectuelle | SEM. | 24h | 2 |
| | Histoire des pratiques culturelles | SEM. | 24h | 2 |
| | Projet professionnel | SEM. | 24h | 2 |
| | Sociologie de l'art et des pratiques culturelles | SEM. | 24h | 2 |
| | Stratégie de gestion des établissements culturels : marketing culturel et outils de pilotage | SEM. | 24h | 2 |
| | UNITÉ DE SPÉCIALITÉ - 2 cours électifs au choix parmi 3 | | | 4 |
| | Économie de la culture | CM | 18h | 2 |
| | Histoire de l'art | CM | 18h | 2 |
| | Philosophie de l'art | CM | 18h | 2 |

OU

| | | | | |
|---|--|------|-----|----|
| Majeure "COMMUNICATION PUBLIQUE ET CORPORATE" | UNITÉ FONDAMENTALE | | | 10 |
| | Analyse des médias et relations presse | SEM. | 24h | 2 |
| | Sémiotique et communication | SEM. | 24h | 2 |
| | Analyse des pratiques et communautés numériques | SEM. | 24h | 2 |
| | Opinion publique, études et sondages | SEM. | 24h | 2 |
| | Projet et outils professionnels | SEM. | 24h | 2 |
| | UNITÉ DE SPÉCIALITÉ - 2 cours électifs parmi 4 | | | 4 |
| | Enjeux externes et internes de la communication | CM | 18h | 2 |
| | Histoire des représentations du pouvoir | CM | 18h | 2 |
| | Institutions et politiques publiques France/Europe | CM | 18h | 2 |
| Humanitarian communication | CM | 18h | 2 | |

| | | | | |
|--------------------------------|---|-------|-----|---|
| UNITÉS COMMUNES AUX 3 MAJEURES | UNITÉ D'OUVERTURE | | | 4 |
| | Grand Oral | | | 2 |
| | Séminaire d'ouverture | SO | 18h | 2 |
| | UNITÉ RECHERCHE ET EXPERTISE | | | 8 |
| | Mémoire de recherche ou rapport d'expertise | | | 8 |
| | UNITÉ DE LANGUES | | | 4 |
| | LV1 Conférence de méthode | Conf. | 18h | 2 |
| | LV2 Conférence de méthode | Conf. | 18h | 2 |
| | AUTRES CRÉDITS (hors moyenne - crédit supplémentaire) | | | |
| | Sport (pratique obligatoire) | | | 1 |
| Langue vivante 3 (choix libre) | Conf. | | 1 | |

| | | | | |
|--|--|-----|-----|----|
| Formation en alternance "COMMERCE ET FINANCE INTERNATIONALE" | UNITÉ FONDAMENTALE | | | 24 |
| | Finance d'entreprise | CM | 30h | 6 |
| | Histoire des entreprises | CM | 24h | 4 |
| | Informatique | CM | 24h | 4 |
| | Attirer et fidéliser ses talents | CM | 24h | 4 |
| | Négociation dans le commerce international | CM | 18h | 3 |
| | Stratégie | CM | 18h | 3 |
| | UNITÉ DE SPÉCIALISATION - 3 cours au choix parmi 7 | | | 6 |
| | Réglementation bancaire | CM | 21h | 2 |
| | Mathématiques financières | CM | 21h | 2 |
| Métiers de la banque | CM | 21h | 2 | |
| Séminaires Entreprendre | CM | 21h | 2 | |
| Droit pour l'entrepreneur | CM | 21h | 2 | |
| Stratégies data & digitales | CM | 21h | 2 | |
| Séminaire Ressources humaines | CM | 21h | 2 | |
| MÉMOIRE D'APPRENTISSAGE | | | | |
| Methodologie du mémoire d'apprentissage | CM | 3h | | |

OU

| | | | | |
|---|---|-----|-----|----|
| Formation initiale et en alternance "MANAGEMENT DES INSTITUTIONS CULTURELLES" | UNITÉ FONDAMENTALE | | | 12 |
| | Politiques culturelles | CM | 24h | 5 |
| | Communication et financement privé de la culture | SEM | 24h | 5 |
| | Métiers et carrières | SEM | 10h | 2 |
| | UNITÉ RECHERCHE ET EXPERTISE 6 sém. au choix parmi 8 | | | 18 |
| | Spécificités et enjeux du spectacle vivant | SEM | 18h | 3 |
| | Spécificités et enjeux des musées et du patrimoine | SEM | 18h | 3 |
| | Spécificités et enjeux des musiques actuelles | SEM | 18h | 3 |
| | Industries de l'image : cinéma, audiovisuel et industries créatives | SEM | 18h | 3 |
| | Spécificités et enjeux de l'Art contemporain | SEM | 18h | 3 |
| Enjeux et méthodologie de l'événement culturel | SEM | 18h | 3 | |
| Projet artistique et culturel | SEM | 18h | 3 | |
| Gestion budgétaire (apprentissage) | SEM | 18h | 3 | |
| UNITÉ DE PROFESSIONNALISATION Uniquement pour la formation en alternance | | | 2 | |
| Projet professionnel (apprentissage) | CM | 6h | | |

OU

| | | | | |
|--|--|------|-----|----|
| Majeure "COMMUNICATION PUBLIQUE ET CORPORATE" | UNITÉ FONDAMENTALE | | | 12 |
| | Projets communs tutorés | CM. | 18h | 5 |
| | Production audio-visuelle et PAO | SEM. | 24h | 3 |
| | Mediatraining | SEM. | 20h | 3 |
| | Métiers et carrières | SEM. | 3h | 1 |
| | UNITÉ RECHERCHE ET EXPERTISE 6 sém. au choix parmi 11 | | | 18 |
| | Affaires publiques et stratégie d'influence | SEM. | 18h | 3 |
| | Développement durable et communication | SEM. | 18h | 3 |
| | Communication des collectivités territoriales | SEM. | 18h | 3 |
| | Communiquer à l'ère du numérique | SEM. | 18h | 3 |
| Communication interne | SEM. | 18h | 3 | |
| Communiquer par l'événement | SEM. | 18h | 3 | |
| Grands enjeux de communication des entreprises internationales | SEM. | 18h | 3 | |
| La communication corporate : comprendre et pratiquer | SEM. | 18h | 3 | |
| Communication institutionnelle | SEM. | 18h | 3 | |
| Communication culturelle | SEM. | 18h | 3 | |
| Communication de crise | SEM. | 18h | 3 | |

| | | | | |
|--|--|-----|-----|----|
| Formation en alternance "COMMERCE ET FINANCE INTERNATIONALE" | UNITÉ FONDAMENTALE | | | 12 |
| | Sociologie des élites financières et administratives | CM | 24h | 2 |
| | Gestion des risques, gestion de crise | CM | 18h | 2 |
| | Relation client | CM | 18h | 2 |
| | Négociation et dialogue social | CM | 18h | 2 |
| | Droit du commerce international | CM | 18h | 2 |
| | Management Ressources humaines | CM | 18h | 2 |
| | UNITÉ DE SPÉCIALISATION - 5 cours au choix parmi 8 | | | 10 |
| | Gestion de fonds | CM | 18h | 2 |
| | Analyse financière, contrôle de gestion | CM | 18h | 2 |
| Fiscalité | CM | 18h | 2 | |
| Économie des marchés financiers | CM | 18h | 2 | |
| Intelligence économique / Protection PI | CM | 18h | 2 | |
| Séminaire Entreprendre | CM | 18h | 2 | |
| Système d'information | CM | 18h | 2 | |
| Séminaire Ressources humaines | CM | 18h | 2 | |
| MÉMOIRE D'APPRENTISSAGE | | | 8 | |

OU

| | | | | |
|---|--|-----|-----|----|
| Formation en alternance "MANAGEMENT DES INSTITUTIONS CULTURELLES" | UNITÉ D'OUVERTURE Culture générale artistique | | | 4 |
| | Initiation aux esthétiques scéniques fondatrices du théâtre | CM | 18h | 2 |
| | Histoire de l'art contemporain | CM | 12h | 1 |
| | Initiation à la musique contemporaine | CM | 15h | 1 |
| | UNITÉ DE PROFESSIONNALISATION | | | 12 |
| | Marketing et communication web : stratégie et pratiques des structures culturelles | CM | 36h | 3 |
| | Initiation aux outils Photoshop et InDesign | CM | 26h | 2 |
| | Droit social | CM | 18h | 2 |
| | Management d'artiste | CM | 12h | 1 |
| | Médiation (patrimoine, médiation humaine et numérique) | CM | 18h | 2 |
| Projet professionnel | CM | 24h | 2 | |
| UNITÉ D'EXPERTISE | | | 6 | |
| Anglais | CM | 18h | 2 | |
| Coopération culturelle européenne | CM | 15h | 1 | |
| Production audiovisuelle | CM | 22h | 2 | |
| Production de spectacle vivant | CM | 12h | 1 | |
| MÉMOIRE D'APPRENTISSAGE | | | 8 | |

T Type

CM = cours magistral

SEM. = séminaire

Conf. = conférence de méthode

SO = séminaire d'ouverture

V Volume

Nombre d'heures par semestre

C Crédits ECTS

Maquettes 2018-2019 sous réserve de modifications en 2019-2020

DÉBOUCHÉS PROFESSIONNELS

| | |
|--|--|
| Majeure COMMERCE ET FINANCE INTERNATIONALE | <p>Pour les étudiants ayant choisi l'alternance en cycle master 2 :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Entrepreneuriat. • Fonctions diverses en banque ou assurance (ressources humaines, direction juridique, stratégie, innovation, etc). • Responsable export en entreprise ou cadre des agences de développement (CCI, UbiFrance...). • Analyste financier en entreprise au sein de filiales de grands groupes internationaux. • Concours de la Banque de France et de la Cour des comptes. |
| Majeure COMMUNICATION PUBLIQUE ET CORPORATE | <p>A l'issue de la formation, les étudiants peuvent prétendre aux fonctions de directeur de communication, chargé de communication, consultant en agence de communication, conseiller en relations publiques, relations médias ou stratégie digitale, chargé de mission auprès d'élus ou d'associations, responsable de la communication interne, externe ou corporate, responsable du sponsoring et du mécénat, etc.</p> |
| Majeure MANAGEMENT DES INSTITUTIONS CULTURELLES | <p>Les secteurs culturels ouverts aux étudiants de la majeure sont très divers. Selon leurs goûts, leurs stages, leur apprentissage, les diplômés s'orientent notamment vers le patrimoine, le spectacle vivant, le cinéma et l'audiovisuel, l'art contemporain, les politiques culturelles... Ils occupent des fonctions d'administration, de communication, de production, de distribution, de diffusion, de mécénat, de développement des publics, de relations avec les publics..., dans différents types de structures, associations, établissements publics, entreprises privées.</p> <p>Il leur est également possible d'envisager une carrière dans le secteur public ou para-public lié à la culture, via les concours administratifs ou sous contrats de droit public.</p> |

CONTACTS



Responsable pédagogique de la Spécialité Stratégie et communication des organisations

Maître de conférences en sciences de gestion, chercheur au CERAPS-CNRS

Guillaume Delalieux
guillaume.delalieux@sciencespo-lille.eu

Responsables pédagogiques des Majeures



Majeure Commerce et finance internationale

Philippe Liger-Belair
Maître de conférences en sociologie, chercheur au CERAPS-CNRS
philippe.liger-belair@sciencespo-lille.eu



Majeure Communication publique et corporate

Julien Boyadjian
Maître de conférences en science politique, chercheur au CERAPS-CNRS
julien.boyadjian@sciencespo-lille.eu



Majeure Management des institutions culturelles

Anne-Claire Beurthey
Enseignante
anne-claire.beurthey@sciencespo-lille.eu

Responsables administratives



Formation initiale

Marie Chilaud
marie.chilaud@sciencespo-lille.eu
03 20 90 48 69



Formation en apprentissage

Charlotte Meznad
charlotte.meznad@sciencespo-lille.eu
03 20 90 42 76