

STRATÉGIE ET COMMUNICATION DES ORGANISATIONS



CYCLE MASTER
2019-2020

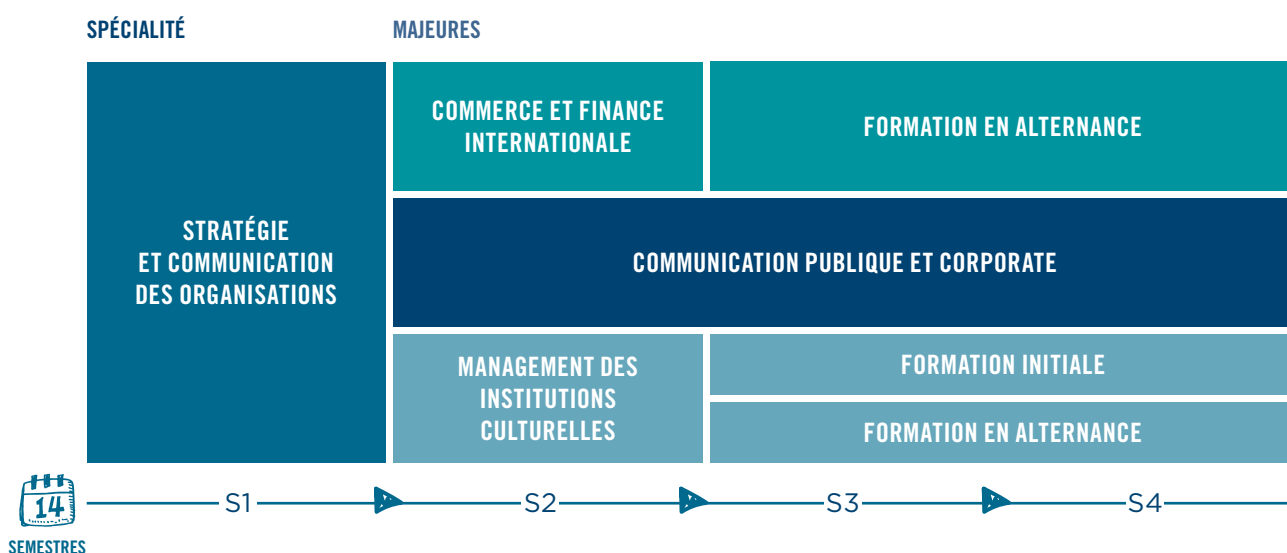
La spécialité **Stratégie et communication des organisations** propose aux étudiantes et étudiants, dans une optique pluridisciplinaire combinant différents niveaux d'analyse, des enseignements qui permettent de comprendre les problématiques et les enjeux contemporains autour du gouvernement et du management 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 élèves 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 étudiantes et étudiants de se professionnaliser progressivement. Les majeures CFI et MIC offrent la possibilité aux élèves de réaliser leur seconde année de cycle master (semestre 3 et 4) 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 COMMERCES ET FINANCE INTERNATIONALE

La majeure "Commerce et finance internationale" forme les étudiantes et étudiants aux métiers de la gestion leur permettant de devenir des managers professionnels et conscients des grands enjeux du monde contemporain.

La majeure propose à ses élèves une formation en alternance en leur permettant de choisir des unités de spécialisation "Entrepreneur", "Banque & Finance" ou "Ressources Humaines". Les apprentis alterneront généralement entre des périodes d'une semaine de cours à Sciences Po Lille et des périodes de trois semaines en entreprises. Ils bénéficient d'un suivi pédagogique et professionnel renforcé qui veille à poser les cadres d'une réflexion sur le sens de leur carrière à construire.

Majeure COMMUNICATION PUBLIQUE ET CORPORATE

La majeure "Communication publique et corporate" forme des étudiantes et 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 élèves 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 responsables 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 est construite en partenariat avec des acteurs culturels de la région des Hauts de France (Palais des Beaux-Arts de Lille, Musée du Louvre Lens, Opéra de Lille, Pictanovo, Bateau Feu, Rose des Vents, Condition Publique, Lille 3000...) et de l'Île de France (Centre des Monuments Nationaux, Arte, Réunion des musées nationaux- Grand Palais, le Centquatre...). Elle 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
Stratégie des organisations	CM	21h	3	
Sociologie de la communication et des médias	CM	21h	3	
Gestion des ressources humaines	CM	21h	3	
Discriminations et gestion de la diversité	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	
Droit des entreprises	CM	18h	3	
Histoire des médias et de l'espace public	CM	18h	3	
Histoire des politiques culturelles	CM	18h	3	
Introduction à la finance	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)				
Langue vivante 3 (choix libre)	Conf.			1

MAQUETTES PÉDAGOGIQUES

SEMESTRE 2

30 ECTS

Une majeure au choix

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	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
Sociologie du numérique	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
Communication interculturelle	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)			
Langue vivante 3 (choix libre)	Conf.		1

SEMESTRE 3

30 ECTS

Majeure choisie en S2

T V C

Formation en apprentissage "COMMERCE ET FINANCE INTERNATIONALE"			
UNITÉ FONDAMENTALE			25
Finance d'entreprise	CM	24h	4
International Strategy	CM	24h	4
Histoire des entreprises	CM	24h	4
Stratégie	CM	24h	4
Informatique - Suite Office	CM	24h	3
Sas de mathématiques	CM	18h	2
Mathématiques financières	CM	18h	2
Communication	CM	18h	2
UNITÉ DE SPÉCIALISATION - 1 sém. au choix parmi 3			5
Séminaire Finance	SEM	24h	5
Séminaire Entreprendre	SEM	24h	5
Séminaire Ressources Humaines	SEM	24h	5
UNITÉ DE PROFESSIONNALISATION			
Projet professionnel	CM	16h	

OU

Formation initiale et en apprentissage "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 7			18
Le spectacle vivant : spécificités en enjeux	SEM	18h	3
L'Art contemporain : spécificités et enjeux	SEM	18h	3
Les musiques actuelles : spécificités et enjeux	SEM	18h	3
Industries de l'image : cinéma, audiovisuel et industries créatives	SEM	18h	3
Projet artistique et culturel	SEM	18h	3
Initiation aux outils Photoshop et InDesign	SEM	18h	3
Gestion budgétaire	SEM	18h	3
UNITÉ DE PROFESSIONNALISATION Uniquement pour la formation en alternance			
Projet professionnel (apprentissage)	CM	10h	

OU

Formation en apprentissage "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 10			18
Affaires publiques et stratégie d'influence	SEM.	18h	3
Communication de crise	SEM.	18h	3
Communication des collectivités territoriales	SEM.	18h	3
Communiquer à l'ère du numérique	SEM.	18h	3
Communication des entreprises internationales	SEM.	18h	3
Communiquer par l'événement	SEM.	18h	3
Communication corporate	SEM.	18h	3
Communication institutionnelle	SEM.	18h	3
Communication culturelle	SEM.	18h	3
Développement durable et communication	SEM.	18h	3

SEMESTRE 4

30 ECTS

T V C

Formation en apprentissage "COMMERCE ET FINANCE INTERNATIONALE"			
UNITÉ FONDAMENTALE			19
Théorie de la justice sociale	CM	24h	3
Gestion des risques, gestion de crise	CM	18h	2
Relation client	CM	18h	2
Droit du commerce international	CM	18h	2
Management RH	CM	18h	2
Analyse financière, contrôle de gestion	CM	18h	2
Fiscalité	CM	18h	2
Intelligence économique / Protection PI	CM	18h	2
Système d'information	CM	18h	2
Négociation et dialogue social	CM	18h	
UNITÉ DE SPÉCIALISATION - 1 sém. au choix parmi 3			3
Séminaire Finance	SEM	18h	3
Séminaire Entreprendre	SEM	18h	3
Séminaire Ressources Humaines	SEM	18h	3
UNITÉ DE PROFESSIONNALISATION			
Projet professionnel	CM	16h	
MÉMOIRE D'APPRENTISSAGE			8

OU

Formation en apprentissage "MANAGEMENT DES INSTITUTIONS CULTURELLES"			
UNITÉ D'OUVERTURE Culture générale artistique			5
Initiation à la musique contemporaine	CM	15h	1
Projet artistique	CM	32h	2
1 cours au choix parmi 2			
Initiation aux esthétiques scéniques fondatrices du théâtre	CM	18h	2
Musées et patrimoine : spécificités et enjeux	CM	18h	2
UNITÉ DE PROFESSIONNALISATION			12
Marketing et communication web : stratégie et pratiques des structures culturelles	CM	21h	2
Management de projets culturels	CM	22h	2
Droit social	CM	18h	2
Coopération culturelle européenne	CM	18h	2
Médiation (humaine et numérique)	CM	18h	2
Initiation aux outils Photoshop et InDesign	CM	10h	1
Projet professionnel	CM	24h	1
UNITÉ D'EXPERTISE			5
Diversity, Gender Gap, Representation and Appropriation in the Cultural Industry	CM	18h	2
1 cours au choix parmi 2			
Management d'artiste et production de spectacle vivant	CM	24h	3
Production audiovisuelle (documentaire, animation)	CM	24h	3
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 2019-2020 sous réserve de modifications en 2020-2021

DÉBOUCHÉS PROFESSIONNELS

Majeure COMMERCE ET FINANCE INTERNATIONALE	<p>Les élèves se tournent vers des carrières caractérisées par leur diversité : entrepreneuriat, fonctions diverses dans le secteur financier (ressources humaines, direction juridique, stratégie, innovation, etc), monde associatif et économie sociale et solidaire, fonction publique, grandes entreprises internationales... La majeure CFI offre des clés pour que chacun et chacune trouve sa voie en toute liberté tout en étant assuré d'avoir acquis les compétences nécessaires à une bonne intégration professionnelle.</p>
Majeure COMMUNICATION PUBLIQUE ET CORPORATE	<p>A l'issue de la formation, les étudiantes et 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 élèves de la majeure sont très divers. Selon leurs goûts, leur apprentissage, leurs stages, les alumni 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 HDR en sciences de gestion, chercheur au CERAPS-CNRS

Guillaume Delalieux
guillaume.delalieux@sciencespo-lille.eu

Responsables pédagogiques des Majeures

	Majeure Commerce et finance internationale	<p>Philippe Liger-Belair Maître de conférences en sociologie philippe.liger-belair@sciencespo-lille.eu</p>
	Majeure Communication publique et corporate	<p>Julien Boyadjian Maître de conférences en science politique, chercheur au CERAPS-CNRS julien.boyadjian@sciencespo-lille.eu</p>
	Majeure Management des institutions culturelles	<p>Anne-Claire Beurthey Enseignante anne-claire.beurthey@sciencespo-lille.eu</p>

Responsables administratives

	Formation initiale	<p>Marie Chilaud marie.chilaud@sciencespo-lille.eu 03 20 90 48 69</p>
	Formation en apprentissage	<p>Charlotte Meznad charlotte.meznad@sciencespo-lille.eu 03 20 90 42 76</p>

