

LIVRET PÉDAGOGIQUE
DE L'ÉTUDIANT

MA1 & 2 STER

2024-2025

**COMMUNICATION POLITIQUE
ET PUBLIQUE EN FRANCE ET EN EUROPE**

Calendrier de l'année universitaire 2024-2025

Master 1

→ Semestre 1 : **du 18 septembre 2024 au 20 décembre 2024**

→ Semestre 2 : **du 6 janvier 2025 au 23 juin 2025**

- 13 janvier – 11 avril : période de cours
- 21 avril – 26 mai : projet tutoré-atelier consultant

Master 2

→ Semestre 3

- 18 septembre 2024 – 27 octobre 2024 : « sas » intensif
- 4 novembre 2024 – 25 avril 2025 : stage obligatoire

→ Semestre 4

- 21 avril 2025 – 23 juin 2025 : période de cours
(régime dérogatoire pour les étudiant.e.s embauché.e.s en CDD ou CDI)

Sommaire

<u>PRÉSENTATION DE LA FACULTÉ DES LETTRES, LANGUES ET SCIENCES HUMAINES</u>	5
<u>PRÉSENTATION DU DÉPARTEMENT DE COMMUNICATION POLITIQUE ET PUBLIQUE</u>	6
<u>PRÉSENTATION DU MASTER</u>	7
<u>PROGRAMME DES ENSEIGNEMENTS</u>	9
<u>PRINCIPES GÉNÉRAUX CONCERNANT LES RÉSULTATS</u>	13
<u>DESCRIPTION DES ENSEIGNEMENTS</u>	15
<u>DOCTORAT</u>	26
<u>FORMATION CONTINUE</u>	27

Présentation de la Faculté des Lettres, Langues et Sciences humaines

● Equipe de direction

Directrice : Lucie Gournay

Directeurs adjoints et directrices adjointes :

Damien Zanone, directeur adjoint aux moyens

Clément Duyck & Elisabeth Vialle, co-directeur et co-directrice aux formations et vie étudiante

Emmanuel Fureix, directeur adjoint à la recherche

Laure Gallouët, directrice adjointe aux relations internationales

Responsable administrative : Karine Bellance

ra-llsh@u-pec.fr, 01 45 17 11 92

Secrétaire de direction :

sec.direction-llsh@u-pec.fr, 01 45 17 11 32

● Scolarité et examens

Accueil

Site Campus centre – bureau i2 107, scola-llsh@u-pec.fr, 01 45 17 11 79

Horaires d'ouverture

Lundi, mardi, mercredi, jeudi de 9h à 12h30 et de 13h30 à 17h00 ; vendredi de 9h à 12h30 (fermé le vendredi après-midi). Journée continue en juillet et en septembre.

Les étudiants pourront y trouver les :

- attestations de réussite,
- certificats de scolarité,
- certificats d'assiduité,

● Relations internationales

Dans le cadre d'accords de partenariat avec des universités étrangères, vous pouvez réaliser une partie de votre cursus à l'étranger en validant des crédits ECTS suivant le contrat d'études arrêté avant votre départ.

Contact

Vincent Ronach

Site Campus centre - bâtiment i3 102, international-llsh@u-pec.fr, 01 45 17 66 86

● Bureau d'aide à l'insertion professionnelle (BAIP)

Sa mission est d'informer et d'orienter les étudiants dans leur recherche de stage ou d'un premier emploi. Il est chargé de diffuser des offres de stages et d'emplois et accompagne les étudiants dans la signature des conventions. Il entretient des relations avec les acteurs socio-économiques et institutionnels de la région et développe des partenariats.

> Consulter le guide des stages : <http://llsh.u-pec.fr/> > [Stages et emplois](#)

Contact : Nicolas Bilet

Site Campus centre, bât. i, 1^{er} étage, bureau I2-108 baip-llsh@u-pec.fr, 01 45 17 70 53

Présentation du département de communication politique et publique

Directrice du département de Communication

Stéphanie Wojcik (stephanie.wojcik@u-pec.fr)

● **Secrétariat du département**

Anna Perez : sec.communication-llsh@u-pec.fr

Tél. : 01 45 17 11 83

Bureau i2-123 (1er étage), Casier n° 209 (I2-117)
61 avenue du Général de Gaulle, 94009 Créteil cedex
Métro « Créteil Université »

Horaires :

Lundi au mercredi : 9h30 -13h00 / 13h45 – 17h30

Jeudi matin, vendredi : en distanciel par mail, et joignable au 01 45 17 11 83

● **Responsables pédagogiques**

Niveau Licence

- Parcours Communication en mineure dans la licence LLSH : Alexandre Borrell
- Licence professionnelle Communication des associations et des collectivités : Benjamin Ferron et François Leray

Niveau Master

Responsable de mention : Stéphanie Wojcik

- **Master 1** : Stéphanie Wojcik
- **Master 2** : Claire Oger

Autres responsabilités

Coordination des relations internationales : Alexandre Borrell

Coordination du site <http://salle421.eu/> : Benjamin Ferron

Présentation du Master

● Enseignants

Gilles Bon-Maury, directeur de la CIVS, Commission pour l'indemnisation des victimes de spoliations.

Alexandre Borrell, maître de conférences en sciences de l'information et de la communication à l'UPEC

Cécile Coldéfy, Responsable marketing et mobilisation chez AFM-Téléthon

Orélie Desfriches Doria, maîtresse de conférences en Sciences de l'information et de la communication à l'Université Paris 8 Vincennes à Saint-Denis

Lucile Desmoulin, maîtresse de conférences en Sciences de l'information et de la communication à l'Université Gustave Eiffel

Benjamin Ferron, maître de conférences en sciences de l'information et de la communication à l'UPEC

Alexis Frémeaux, chargé de mission auprès de la direction de la stratégie de l'Agence Française de Développement

Yohann Garcia, attaché temporaire d'enseignement et de recherche, doctorant en sciences de l'information et de la communication (CEDITEC)

Alexandre Gavard, Head of crisis practice / VP chez Omnicom PR Group France

Anne Granger, maître de conférences en sciences de l'information et de la communication à l'UPEC

Alice Krieg-Planque, maîtresse de conférences en Sciences de l'information et de la communication à l'UPEC

François Leray, professeur associé au département de communication, directeur de cabinet, direction de la communication, Ministère de la transition écologique et de la cohésion des territoires

Mickey Levin, maître de langue

Romain Marchand, 1er Adjoint au Maire d'Ivry-sur-Seine, ancien élève de la Salle 421

Elodie Massé, Directrice de la communication et de l'information de l'Agence nationale de sécurité du médicament et des produits de santé

Claire Oger, professeure en sciences de l'information et de la communication à l'UPEC

Jean-Philippe de Oliveira, maître de conférences en sciences de l'information et de la communication à l'Université Jean Moulin – Lyon 3

Caroline Ollivier-Yaniv, professeure en sciences de l'information et de la communication à l'UPEC

Tatiana Segla, conseillère senior en transformation numérique, Direction interministérielle du numérique

Aude Seurat, professeure en sciences de l'information et de la communication à l'Inspé de Créteil

Lorraine Stravens, doctorante en science politique et histoire des relations internationales

Sébastien Valère, Responsable du département coordination interministérielle au Service d'information du gouvernement

● Communication numérique

Le département de communication dispose de pages web sur le site de l'université sur lesquelles sont diffusées des informations pratiques (par exemple, les emplois du temps) et les actualités relatives au Master et, plus généralement, aux activités pédagogiques liées à l'ensemble des filières qu'il anime.

Par ailleurs, le Master a un site qui héberge les productions des étudiants du Master 1 et du Master 2 ainsi que d'autres dispositifs de communication numérique qui permettent de partager les activités et les événements marquants de la formation.

- Les pages web du département de communication politique et publique : <http://lettres-sh.u-pec.fr/departements/communication/>
- Le site du Master: <http://salle421.eu/>
- Le compte Twitter: <https://twitter.com/salle421>
- Le groupe LinkedIn : <https://www.linkedin.com/company/salle421/>

Principes pédagogiques du Master Communication politique et publique en France et en Europe

- **Ce Master indifférencié présente deux spécificités :**

- L'intégration des dimensions ailleurs qualifiées de « professionnelle » ou « recherche », afin de rendre les étudiants employables dès l'obtention de leur diplôme, de développer leurs capacités d'analyse critique et de prise de recul, ou de leur permettre de poursuivre leurs études en doctorat ;

- La prise en considération de toutes les échelles de la communication politique et publique, territoriale, nationales – en France, dans d'autres Etats de l'UE et en Amérique du Nord – et européenne.

- **Il est fondé sur quatre principes pédagogiques :**

1. Des enseignements appliqués pointus, en phase avec les évolutions du champ professionnel de la communication politique, publique et sociale : grâce au concours de praticiens de la communication politique et publique.

2. Des enseignements analytiques et un lien fort avec les activités de recherche : grâce au concours d'enseignants-chercheurs membres du laboratoire Céditec, spécialisés dans les différentes approches de la communication et des discours politiques, institutionnels, médiatiques, numériques, ainsi qu'avec la réalisation d'un mémoire de recherche au cours des 3^e et 4^e semestres.

3. Un dispositif d'insertion professionnelle robuste : grâce à un projet tuteuré au 2^e semestre puis à un stage obligatoire encadré au 3^e semestre (à partir du début du mois de novembre, pour 4 mois minimum) et exploité dans le cadre des enseignements du 4^e semestre.

4. Une approche européenne et comparée renforcée : grâce à un 2^e semestre européen, avec le concours d'enseignants-chercheurs et de praticiens de la communication politique et publique développant leurs activités dans un autre pays européen, ou sous la forme d'un semestre dans une l'une de nos universités européennes partenaires, dans le cadre du programme Erasmus.

▪ Objectifs, connaissances et compétences par semestre

- Le **1^{er} semestre** délivre un socle commun de connaissances fondamentales, tant sur le plan des théories, des stratégies que des outils de la communication politique et publique.

- Le **2^e semestre**, « **Semestre européen** », est plus particulièrement consacré à des enseignements comparés ou portant sur l'échelle communautaire. La fin du second semestre permet d'articuler la dimension comparée et européenne à la dimension professionnelle avec la mise en œuvre d'un projet tuteuré pour des commanditaires extérieurs à l'université (collectivités, institutions, associations, partis politiques...).

Les étudiants ont également la possibilité de passer le semestre dans l'une de nos universités partenaires, dans le cadre du programme d'échange Erasmus.

- Le **3^e semestre** est consacré à la **mise en situation professionnelle, que celle-ci soit plus tournée vers la pratique ou vers la recherche.**

Mi-septembre – fin octobre : sas de cours intensifs

Pendant six semaines, tous les étudiants bénéficient d'un sas de cours intensifs de mise à niveau en conception de projets de communication ainsi que sur l'actualité des savoirs et de la recherche en communication politique et publique.

Début novembre - fin avril : 4 mois de stage minimum et mémoire de recherche

Cette période est occupée par un stage tuteuré, d'une durée d'au moins 4 mois, qui donne lieu à une évaluation notée par le maître de stage (responsable de l'encadrement de l'étudiant-stagiaire). Cette expérience professionnelle doit également permettre de dégager le sujet du mémoire recherche, encadré par l'enseignant-chercheur du département qui a également suivi le stage.

Des séances consacrées à l'avancement du mémoire (Atelier Mémoire) ont lieu régulièrement durant cette période : elles réunissent les enseignants-chercheurs tuteurs des mémoires et les étudiants.

- Le **4^e semestre** (début mai – mi-juin) est consacré à **l'approfondissement, par chaque étudiant, de son projet professionnel**, que celui-ci soit orienté vers une insertion professionnelle post Master ou à une poursuite d'étude en doctorat en sciences de l'information et de la communication.

Les enseignements sont communs à tous les étudiants et dans la mesure du possible, ils conduisent les étudiants à analyser des données collectées ou des phénomènes observés durant le stage.

La réalisation du mémoire est poursuivie en parallèle, en vue d'une soutenance à la fin du mois de juin ou en septembre.

Programme du Master 1

Semestre 1 : Bases théoriques, stratégiques et techniques (30 ECTS)

UE 1 – Fondements théoriques : communication, pouvoir, société - 12 ECTS

- Théories de la communication politique et publique (30 CM – 3 ECTS)
- Analyse des discours politiques et institutionnels (30 CM – 3 ECTS)
- Communication médiatique des mouvements sociaux (24 CM – 3 ECTS)
- Vie politique et institutions (27 CM – 3 ECTS)

UE 2 – Bases stratégiques de la communication politique et publique – 12 ECTS

- Communication électorale (24 CM – 3 ECTS)
- Stratégies de communication des institutions (21 CM – 3 ECTS)
- Communication territoriale (24 CM – 3 ECTS)
- Droit de la communication publique et politique (27 CM – 3 ECTS)

UE 3 – Langages et techniques – 6 ECTS

- Anglais – (24 TD dédoublées - 3 ECTS)
- Outils print et web de la communication politique et publique (27 TD dédoublées - 3 ECTS)

Semestre 2 : Semestre européen

Approches et pratiques de la communication en Europe ou Semestre Erasmus dans une université européenne partenaire (30 ECTS)

UE 4. Cadres de la communication politique et publiques en Europe : acteurs, institutions, médias – 9 ECTS

- Médias et médiatisation de la politique en Europe (24 CM – 4 ECTS)
- Institutions de l'Union Européenne (21 CM – 3 ECTS)
- Lobbying (24 CM – 2 ECTS)

UE 5 – Stratégies et pratiques de la communication politique et publique dans l'UE – 9 ECTS

- Systèmes politiques et communication électorale comparés (24 CM – 3 ECTS)
- Communication politique numérique en Europe (30 CM – 3 ECTS)
- Communication de l'Union Européenne (24 CM – 3 ECTS)

UE 6 – Langages et techniques – 9 ECTS

- Anglais (24 TD dédoublées – 3 ECTS)
- Atelier d'écriture politique (12 CM + 12 TD dédoublées – 3 ECTS)
- Fundraising et ONG (3 CM + 12 TD dédoublées – 3 ECTS)

UE 7 – Projet tuteuré en communication politique et publique – 3 ECTS

Conduite de projet et cahier des charges et méthodologie du projet tuteuré (6 CM – 3 ECTS)

Programme du Master 2

Semestre 3 : Mise en situation professionnelle (mi-septembre – novembre : sas intensif)

UE 8 – Savoirs et savoir-faire en communication politique et publique – 15 ECTS

- Actualité des savoirs en communication politique et publique (18 CM – 5 ECTS)
- Conception de projets en communication publique et sociale (21 TD non dédoublées – 5 ECTS)
- Conception de projets en communication politique (21 TD non dédoublées – 5 ECTS)

UE 9 – Pratiques professionnelles – 9 ECTS

- Travailler avec les agences (9 CM + 6 TD non dédoublées – 4 ECTS)
- E-réputation et stratégie digitale (3 CM + 15 TD non dédoublées – 5 ECTS)

UE 10 – Stage obligatoire (4 mois minimum à partir de début novembre) et Projet de recherche – 6 ECTS

- Méthodologie de la recherche (12 CM – 2 ECTS)
- Suivi et évaluation des stages (4 ECTS)

Semestre 4 : Approfondissements analytiques et retours d'expérience

UE 11 – Approfondissements stratégiques et retours d'expérience (12 ECTS)

- Professionnalisation de la communication politique et publique (24 CM – 3 ECTS)
- Concepts et méthodes pour l'analyse des discours publics (24 CM – 3 ECTS)
- Communication, institutions, pouvoir (24 CM – 3 ECTS)
- Émergences et pratiques innovantes en communication politique et publique (24 CM – 3 ECTS)

UE 12 – Langages et stratégies (3 ECTS)

- Travailler en langue anglaise (24 TD dédoublées – 1 ECTS)
- Atelier Événementiel (6 CM + 6 TD non dédoublées – 2 ECTS)

UE 13 – Mémoire (15 ECTS)

- Méthodologie et ateliers-mémoires (15 CM + 6 TD – 15 ECTS)

Principes généraux concernant les résultats

Dans le cadre européen, pour le développement de la coopération universitaire et de la mobilité, tous les enseignements sont validés sous forme d'ECTS :

- > Un semestre de master = 30 ECTS
- > Une année de master = 60 ECTS
- > Le master complet = 120 ECTS

● CONTRÔLE DES CONNAISSANCES

Tous les cours (ou ECUE) sont évalués en contrôle continu. L'assiduité aux cours est donc obligatoire.

Tout.e étudiant.e qui cumule trois absences non justifiées a automatiquement la note de zéro dans la matière concernée. En conséquence, l'étudiant.e passe ladite matière en seconde session.

● CAPITALISATION DES RÉSULTATS

Tout ECUE ou UE pour lequel l'étudiant a obtenu une note égale ou supérieure à la moyenne est acquis (capitalisé) sans limitation de durée, mais en cas d'interruption puis de reprise d'études l'étudiant se trouve dans une situation de validation des études supérieures : les règles de prise en compte d'UE ou d'ECUE validés s'appliquent en fonction du parcours visé, de la date de validation de l'UE ou de l'ECUE et d'une éventuelle nécessité d'une actualisation de connaissances.

● COMPENSATION DES RÉSULTATS

Les résultats sont comptabilisés à quatre niveaux :

- L'ECUE (Élément Constitutif d'Unité d'Enseignement)
- L'UE (Unité d'Enseignement)
- Le semestre
- L'année

À chaque semestre, les notes sont additionnées selon des coefficients déterminés et la moyenne est calculée. Il y a donc « compensation » entre les notes d'un même ECUE, entre les ECUE d'une même UE, entre les UE d'un même semestre. La note du mémoire est prise en compte dans la compensation. En revanche aucun.e étudiant.e ne peut obtenir son diplôme sans soutenance.

La compensation ne s'applique pas, en master 2, à la note du mémoire.

→ L'étudiant n'est pas autorisé, dans le but d'augmenter sa note, à se représenter à des UE ou ECUE validés.

Mentions de diplôme

De 12 à 13.99 > Mention Assez bien

De 14 à 15.99 > Mention Bien
Au-dessus de 16 > Mention Très bien

L'obtention de la Licence est obligatoire pour l'inscription en Master 1.

Cf. article 5 de l'arrêté du 25 avril 2002 relatif au diplôme de master :

« Pour être inscrits dans les formations conduisant au diplôme de master, les étudiants doivent justifier :

- soit d'un diplôme national conférant le grade de licence dans un domaine compatible avec celui du diplôme national de master
- soit de l'une des validations prévues aux articles L 613-3-4-5 du code de l'éducation. »

Modalités de réinscription en master

Les étudiants ayant effectué et validé leur master 1 au sein du département sont admis en master 2.

● REGIME DEROGATOIRE

C'est un régime spécial d'études. Un **régime spécial** est fixé en faveur des étudiants engagés dans la vie active (travailleurs justifiant d'un certain volume horaire mensuel de travail), assumant des responsabilités particulières dans la vie universitaire ou étudiante, chargés de famille, engagés dans plusieurs cursus, handicapés, ou sportifs de haut niveau. Les étudiants justifiant de l'un de ces motifs doivent faire leur demande au plus tard trois semaines après le début des enseignements du semestre. Les salariés devront présenter un contrat de travail établissant cette qualité.

Les étudiants inscrits à ce régime passeront l'**examen terminal ou la dernière épreuve du contrôle continu (selon les modalités propres à chaque ECUE/UE)**.

● VOCABULAIRE EN USAGE

ECTS : *European Credit Transfer System* : crédit d'enseignement pour la mobilité européenne. Les ECTS expriment, sous la forme d'une valeur numérique, la quantité de travail que requiert chaque unité de cours (UE ou ECUE). Une année d'enseignement supérieur est fixée à 60 crédits = 30 crédits par semestre d'études. Une licence correspond donc à 180 ECTS.

Master : correspond à 4 semestres d'études (2 ans) et à 120 crédits européens. Le master fait suite à la licence.

Thèse de doctorat : Se prépare en 3 ou 4 ans après le Master 2 recherche. L'inscription "en thèse" est soumise à l'approbation du Professeur qui accepte de la diriger. La thèse est nécessaire pour postuler un poste de Maître de Conférences dans une Université.

UE : Unité d'enseignement homogène comportant éventuellement plusieurs ECUE (Elément constitutif d'une unité d'enseignement = matière).

UFR : Unité de Formation et de Recherche. Dénomination officielle de ce qu'on appelle couramment Faculté.

VAE : Validation des Acquis de l'Expérience - permet à toute personne engagée dans la vie active d'obtenir tout ou partie d'un diplôme en faisant valoir ses expériences personnelles et/ou professionnelles. En savoir plus : fc-vae@u-pec.fr

VAP : Validation des Acquis Professionnels - permet à toute personne engagée dans la vie active de faire valoir des expériences professionnelles dans le but de reprendre des études et candidater à une formation. En savoir plus : fc-vae@u-pec.fr

● SEJOUR A L'ETRANGER

Les premières démarches

- 1– Consulter le site web de l'UPEC rubrique *Etudiant > Partir à l'étranger*
- 2– Prendre part à la réunion d'information organisée par Alexandre Borrell, coordinateur pédagogique du département, quelques jours après la rentrée
- 3– Vous pouvez en outre poser des questions d'ordre administratif au responsable administratif des relations internationales de l'UFR LLSH : Vincent Ronach (international-llsh@u-pec.fr).

Dans le cadre du Master "Communication politique et publique en France et en Europe", les étudiants ont la possibilité d'effectuer un séjour d'étude Erasmus d'un semestre (semestre 2 du Master 1) dans l'une de nos universités partenaires :

Allemagne

Freie Universität Berlin
Technische Universität Dresden
Universität Mainz

Autriche

Universität Wien

Belgique

Université catholique de Louvain

Espagne

Universidad Complutense de Madrid
Universidad de Navarra

Italie

Università di Bologna
Università degli Studi di Milano
Università degli Studi di Torino

Royaume-Uni

University of Loughborough

Description des enseignements de Master 1

1^{ER} SEMESTRE

Théories de la communication politique et publique

Stéphanie Wojcik

Ce cours propose aux étudiant-e-s d'approfondir leur maîtrise des théories en sociologie de la communication et des médias. Il adopte une approche élargie de la communication politique et publique, et vise à donner aux étudiant.e.s des clés de compréhension des concepts et des grandes controverses qui structurent ce champ. Après une introduction qui questionnera le mythe d'une société de communication, chaque séance permet d'aborder une thématique sur le plan théorique, éventuellement illustrée par des exemples issus de l'actualité et problématisée autour d'une grande question qui fait l'objet d'un exposé oral par un groupe d'étudiant.e.s. Parmi les thématiques abordées, il sera question de l'opinion publique comme enjeu de la communication en politique, du rôle des conseillers en communication dans la possible uniformisation du discours politique, ou les effets de la politique médiatisée sur le fonctionnement démocratique.

Bibliographie :

Aldrin, Philippe & Hubé, Nicolas. (2022). *Introduction à la communication politique* (2ème édition). De Boeck Supérieur.

Klinger, Ulrike, Kreiss, Daniel, & Mutsvairo, Bruce. (2023). *Platforms, Power, and Politics : An Introduction to Political Communication in the Digital Age*. Polity.

Lalancette, Mireille, & Bastien, Frédérick (dir.) (2024). *Médiatisation de la politique. Logiques et pratiques*. Presses de l'Université du Québec.

Riutort, Philippe. (2020). *Sociologie de la communication politique*. La Découverte.

Modalités de contrôle des connaissances pour l'ECUE « Théories de la communication politique et publique »		
<u>1^{ère} session</u>	Régime général	60% écrit ; 40% oral
	Régime dérogatoire	100 % écrit
<u>2^{ème} session</u>		100% écrit

Analyse des discours politiques et institutionnels

Alice Krieg-Planque

Le cours d'*Analyse des discours politiques et institutionnels* porte sur la dimension linguistique et discursive de la communication. Il vise à faire connaître un certain nombre d'«entrées» qui permettent de décrire et d'interpréter les discours d'information et de communication politique, publique et institutionnelle. A l'issue de cet enseignement, l'étudiant.e dispose d'un ensemble de connaissances fondamentales en analyse du discours, ainsi que de compétences analytiques et/ou critiques pour mieux appréhender les discours contemporains. L'enseignement aborde en particulier les thématiques suivantes, permettant ainsi d'évoquer les perspectives majeures de l'analyse du discours : Objets, enjeux et méthodes de l'analyse du discours ; Métalangage et réflexivité langagière ; Actes de langage, performativité, institutions ; Formules, slogans, figements, phraséologie ; Implicites, présupposés, sous-entendus ; Flou, équivoque, ambiguïté ; Polyphonie, dialogisme, interdiscours.

Bibliographie :

BOUTET J., *Le pouvoir des mots*, Paris, La Dispute, rééd. 2016, 256 p. (BU Campus Centre Salle de lecture Haut cote 802.2 BOU)

KLEMPERER V., *LTI. La langue du III^{ème} Reich*, Paris, Pocket Agora, 2003 [1947], 375 p. (BU du Campus Centre cote 830 "19" KLEM.V)

KRIEG-PLANQUE A., *Analyser les discours institutionnels*, Paris, Armand Colin, 2012 (réimpression 2017), 238 p. (BU Campus Centre cote 808.2 KRI)

MAINGUENEAU D., *Les termes clés de l'analyse du discours*, Paris, Seuil, rééd. 2009, 143 p. (BU Campus Centre cote 808.2 (03) MAI)

Modalités de contrôle des connaissances pour l'ECUE « Analyse du discours politique »		
<u>1^{ère} session</u>	Régime général	Contrôle continu 100 % écrit (2 épreuves)
	Régime dérogatoire	100 % écrit
<u>2^{ème} session</u>		100 % écrit

Communication médiatique des mouvements sociaux

Benjamin Ferron

L'évocation des pratiques de communication militante et des stratégies médiatiques des mouvements sociaux peut faire songer spontanément à des images très maîtrisées de *happenings* militants, diffusées au journal télévisé ; des conférences de presse de porte-parole syndicaux, rodés à l'exercice, entourés d'une forêt de micros et de caméras ; des distributions de tracts, dans une artère de centre-ville, par des militants arborant les couleurs de leur ONG ; ou encore d'intenses batailles d'opinion menées à coups d'e-pétitions, de *tweets*, de vidéos sur les réseaux sociaux, dans le cadre d'une campagne électorale, d'un référendum, d'un mouvement de grève ou d'une campagne de boycott. Ce cours traite largement de ces phénomènes. Il propose néanmoins de pousser l'analyse au-delà de ce qui apparaît comme la partie émergée d'un iceberg, en optant pour une approche plus large et réflexive. Cette approche est centrée sur l'ancrage de ces pratiques de communication médiatique dans les rapports sociaux de domination de classe, de genre, de « race » ou encore de génération. Elle est également attentive à leur inscription historique dans des structures de pouvoir politique et économique toujours singulières, en particulier aujourd'hui ce que l'on appelle le « néolibéralisme ». L'une des questions centrales du cours est de savoir si l'institutionnalisation d'un répertoire médiatique des mouvements sociaux depuis les années 1970 constitue un puissant vecteur de transformation sociale, du fait de la chambre d'écho que les médias de grande diffusion peuvent offrir aux groupes protestataires, ou bien si la routinisation de leurs stratégies médiatiques - lesquelles incluent depuis les années 1990 une palette diversifiée de « stratégies numériques » - fonctionne comme un mécanisme paradoxal de reproduction, dans l'espace des mouvements sociaux, de la violence sociale et symbolique propre à l'ordre néolibéral.

Bibliographie :

DOWNING J. D. H. (ed.), *Encyclopedia of Social Movement Media*, Thousand Oaks, London, New Delhi, Singapore, Sage Publications, Reference, 2011.

FERRON B., *La communication des mouvements sociaux. Pratiques militantes et stratégies médiatiques*, Paris, Armand Collin, coll. "U", 2024.

GITLIN T., *The Whole World is Watching. Mass Media in the Making & Unmaking of the New Left*, Berkeley, Los Angeles, London, University of California Press, 1980.

HAYES I., *Radio Lorraine cœur d'acier 1979-1980. Les voix de la crise*, Paris, Presses de SciencesPo, 2018.

NEVEU E., « Médias et protestations collectives », in Fillieule O., Agrikoliansky E., Sommier I. (dir.), *Penser les mouvements sociaux. Conflits sociaux et contestations dans les sociétés contemporaines*, Paris, La Découverte, 2010, p. 245-264.

TUFEKCI Z., *Twitter et les gaz lacrymogènes. Forces et fragilités de la contestation connectée* (2017), Caen, C&F Éditions, 2019.

Modalités de contrôle des connaissances pour l'ECUE « Communication médiatique des mouvements sociaux »		
<u>1^{ère} session</u>	Régime général	Contrôle continu 80 % (2) écrit, 20 % (1) oral (3 épreuves)
	Régime dérogatoire	100 % écrit
<u>2^{ème} session</u>		100 % écrit

Vie politique et institutions

Anne Granger

Le cours de « Vie politique et institutions » porte sur la Vème République et doit permettre aux étudiants de mieux appréhender notre système politique.

Approche dynamique de la vie politique française et des institutions de la Vème République : ni un enseignement de droit constitutionnel, ni un enseignement de sciences politiques, ce cours expose les réalités et caractéristiques de la vie politique française pour une compréhension plus transversale des enjeux hexagonaux, en lien avec l'actualité.

Bibliographie :

AVRIL P., *Les conventions de la constitution*, Paris, PUF, coll. "Léviathan", 1997.

BOUDON J., *Manuel de droit constitutionnel - La Vème République*, Paris, PUF, coll. "Droit fondamental", vol. 2, 2016 (2ème éd.).

CARCASSONNE G., GUILLAUME M., *La Constitution introduite et commentée*, Paris, Points, coll. "Essais", 2016 (13ème éd.).

HAMON F., TROPER M., *Droit constitutionnel*, Paris, LGDJ, coll. "Manuels", 2016 (37ème éd.).

MAGNON X., RENOUX T. *et al.*, *Code constitutionnel*, Paris, Lexis Nexis, 2016 (7ème éd.).

Modalités de contrôle des connaissances pour l'ECUE « Vie politique et institutions »		
<u>1^{ère} session</u>	Régime général	Contrôle continu 100 % écrit (2 épreuves)
	Régime dérogatoire	100 % écrit
<u>2^{ème} session</u>		100 % écrit

Communication électorale

Alexandre Borrell

Qu'est-ce qu'une campagne électorale ? La réponse dépend du mode de scrutin ; elle varie au cours des années et selon qu'on est législateur, candidat, militant ou citoyen, qu'on y prenne part activement ou qu'on la suive de loin.

Ce cours mobilise les recherches en histoire, en science politique, en sociologie et en sciences de l'information de la communication pour saisir ce qu'est la communication politique en contexte électoral. Outre les discours des professionnels de la communication, il s'agit d'étudier les pratiques des divers acteurs en présence et les temporalités de leurs interactions – la dynamique de la campagne, en somme –, en considérant la variété d'outils et de supports de communication disponibles, des plus anciens (réunions publiques, affiches, tracts) aux plus récents (réseaux socionumériques), des plus massifs (télévision) aux plus spécifiques (*microtargeting*), en s'attachant donc à la fois à la communication directe, à la médiatisation des campagnes et aux réactions des publics.

Les campagnes présidentielles françaises constitueront le fil rouge de ce cours, également nourri d'études portant sur d'autres scrutins, en France et à l'étranger.

Bibliographie :

DELPORTE C., *La France dans les yeux. Une histoire de la communication politique de 1930 à nos jours*, Paris, Flammarion, 2007.

ALDRIN P., HUBE N., *Introduction à la communication politique*, Bruxelles, De Boeck, 2017.

GERSTLE J., PIAR C., *La communication politique*, Paris, Armand Colin, 4e édition, 2020.

LEROUX P. et RIUTORT P. (dir.), « Les mutations télévisées des campagnes électorales », *Télévision*, n° 8, avril 2017.

THEVIOT A. (dir.), *Médias et élections. Les campagnes 2017 : primaires, présidentielle et législatives françaises*, Villeneuve d'Ascq, PU du Septentrion, 2019.

Modalités de contrôle des connaissances pour l'ECUE « Communication électorale »		
<u>1^{ère} session</u>	Régime général	Contrôle continu 100 % écrit (3 épreuves)
	Régime dérogatoire	100 % écrit
<u>2^{ème} session</u>		100 % oral

Stratégies de communication des institutions

Sébastien Valère

Ce cours vise à étudier les pratiques communicationnelles de l'État, des ministères et de leurs opérateurs pour rendre leurs actions identifiables, lisibles, efficaces et légitimes en termes de dépense publique. Il s'agira ici de fournir aux étudiants les outils, les concepts et les méthodes indispensables à l'analyse et à l'élaboration des stratégies de communication de ces institutions, tant ces dernières sont prises dans d'importants faisceaux de contraintes : saturation attentionnelle, garantie de l'intérêt général, construction et transversalité de l'action publique, inscription dans des rapports de forces politiques, etc.

Cet enseignement posera donc les bases indispensables à la compréhension des enjeux au cœur de la communication publique des institutions, lesquels conditionnent également le contenu même des politiques publiques étatiques et ministérielles.

Les étudiant-es devront réaliser un devoir sur table ainsi qu'un exercice pratique c'est-à-dire un travail de groupe à rendre par écrit suivi d'une présentation orale, également en groupe.

Bibliographie :

ALDRIN Philippe, HUBE Nicolas, OLLIVIER-YANIV Caroline, UTARD Jean-Michel, *Les mondes de la communication publique, légitimation et fabrique symbolique du politique*, Rennes, PUR, 2014.

CITTON Yves, *L'économie de l'attention. Nouvel horizon du capitalisme*, Paris, La Découverte, « Sciences humaines », 2014.

FINCHELSTEIN Gilles, *La dictature de l'urgence*, Fayard/Pluriel, 2013.

LLORCA Raphaël, *Le roman national des marques, Le nouvel imaginaire français*, Editions de L'Aube, Fondation Jean Jaurès, 2023.

THALER Richard H., SUNSTEIN Cass R., *Nudge : la méthode douce pour inspirer la bonne décision*, Edition Pocket, 2012.

ZEMOR, Pierre, *La communication publique*, 4^e éd., Paris, Presses Universitaires de France, « Que sais-je ? », 2008.

Modalités de contrôle des connaissances pour l'ECUE « Stratégies de communication des institutions : cadres et enjeux »		
<u>1^{ère} session</u>	Régime général	Contrôle continu 50 % écrit (2) et 50% oral (1) (3 épreuves)
	Régime dérogatoire	100 % écrit
<u>2^{ème} session</u>		100 % écrit

Communication territoriale

Romain Marchand

Le territoire est politique : il est porteur d'une histoire et de valeurs qui forgent son identité et l'image qu'il donne de lui à l'extérieur ; il est peuplé d'habitant·e·s et d'usager·e·s confronté·e·s à des questions sociales et économiques ; il est administré par des élu·e·s qui mettent en œuvre des politiques publiques ; il est aussi une société traversée par des débats locaux ou plus globaux. Pour un·e communicant·e, comprendre le territoire et ce qui le structure est essentiel pour communiquer de façon adaptée.

Ce cours s'attachera donc à appréhender les différents enjeux de la communication territoriale au prisme des réalités sociales et politiques des territoires, en conjuguant plusieurs formats pédagogiques : apports théoriques, mises en situations pratiques, rencontres avec des professionnel·le·s, visites de terrain.

Bibliographie :

Communiquée aux étudiant·e·s à la rentrée

Modalités de contrôle des connaissances pour l'ECUE « Communication territoriale »		
<u>1^{ère} session</u>	Régime général	Contrôle continu 100 % écrit (2 épreuves)
	Régime dérogatoire	100 % écrit
<u>2^{ème} session</u>		100 % oral

Droit de la communication publique et politique

Anne Granger

Le cours de droit de la communication publique et politique expose les enjeux, obligations et restrictions de la communication. Le point de départ s'appuie sur le principe de la liberté d'expression, comme constante de libertés publiques et individuelles. Il s'adapte aux enjeux de la communication publique (marchés publics) et de la communication politique (en période électorale).

Bibliographie :

DEBBASCH C. (dir.), *Droit des médias*, Dalloz, 2002.
 DERIEUX R., *Droit des médias*, Paris, LGDJ, 8^{ème} éd., 2018
 MORANGE J., *La liberté d'expression*, édition Bruylant, 2009.

Modalités de contrôle des connaissances pour l'ECUE « Droit de la communication publique et politique »		
<u>1^{ère} session</u>	Régime général	Contrôle continu 100 % écrit (2 épreuves)
	Régime dérogatoire	100 % écrit
<u>2^{ème} session</u>		100 % écrit

Anglais de la communication 1

Mickey Levin et Lorraine Stravens

This course aims to equip students with the skills necessary to perform essential tasks in public and political communication in English, by enhancing their language proficiency and understanding of the theoretical and methodological foundations of the discipline.

Students will learn to critically investigate current events and recent political developments around the world through documentation, media examination, discussion, and debate, to develop both the language skills and the political knowledge required to become effective public communicators in English.

Topics covered will include: The global economy; International security; Social movements; Nationalism and extremism; Elections and political campaigns; Lobbying; PR crisis management.

Upon completion of the course, students should feel comfortable not only participating in political discourse in English but also expressing their opinions on complex issues in a factual and persuasive manner.

Bibliographie:

Belot, C., Boussaguet, L., & Halpern, C. (2016). La fabrique d'une opinion publique européenne : Sélection, usages et effets des instruments. *Politique Européenne*, 54, 84–125. https://www.jstor.org/stable/pdf/48502325.pdf?ab_segments=0%252FSYC-5910%252Fcontrol&refreqid=excelsior%3A5a5bcf8c21e2df6266ddb2d00f308845
 Chadwick, A., & Dennis, J. (2017). Social Media, Professional Media and Mobilisation in Contemporary Britain: Explaining the Strengths and Weaknesses of the Citizens' Movement 38 Degrees. *Political Studies*, 65(1), 42-60. <https://doi.org/10.1177/0032321716631350>

Collin, P. (2004). *Dictionary of politics and government: Over 7,500 terms clearly defined* (P. Holmes, Ed.; 3rd ed.). Bloomsbury. http://www.untag-smd.ac.id/files/Perpustakaan_Digital_2/POLITICS%20AND%20GOVERNMENT%20Dictionary%20of%20politics%20and%20government.pdf GloPoIB. (2019). *Global Politics Core Concept Readings*. <https://glopoib.files.wordpress.com/2019/06/core-concepts-reading-sources.pdf>

Vocabulaire anglais - Politique et gouvernement. FichesVocabulaire.com. (2021, May 20). <https://fichesvocabulary.com/fiche-vocabulaire-anglais-politique-gouvernement>

Modalités de contrôle des connaissances pour l'ECUE « Anglais de la communication »		
<u>1^{ère} session</u>	Régime général	Contrôle continu 20 % écrit et 80 % oral (2 épreuves)
	Régime dérogatoire	100 % oral
<u>2^{ème} session</u>		100 % oral

Outils print et web de la communication politique et publique

Tatiana Segla

Dans le champ de la communication politique et publique, la nécessité de proposer des outils innovants et tournés vers les citoyennes et citoyens a conduit les professionnels du secteur à la recherche d'un renouvellement du sens et des formes jusqu'alors proposés. Concrètement, il s'agit de repenser les façons de concevoir des produits politiques et publics avec des techniques nouvelles telles que la méthode agile, l'implication des usagers ou encore le prototypage d'éléments permettant ainsi de tester l'outil en amont de son déploiement général. Pluridisciplinaire, l'enseignement proposé s'attachera à fournir toutes les clés permettant aux étudiants de créer des outils print et web conformes aux standards des organisations politiques et publiques. Dans cette perspective, par le biais de la réalisation de prototypes tournés vers la résolution de problématiques de communication politique et publique, les étudiant-es apprendront à s'emparer des vecteurs méthodologiques et organisationnels pour créer un bon produit.

Outils qui seront utilisés dans le cadre de ce cours : Miro, Figma, Adobe créative suite (Indesign, Photoshop et Illustrator)

Bibliographie :

BENAYOUN Y., REGNAULD I., *Technologie partout, démocratie nulle part*, FYP éditions, 2020.

BROCA S., *Utopie du logiciel libre*, Le passager clandestin, 2018.

La 27e Région, Labo de transformation publique, *Design des politiques publiques*, La Documentation française, 2010. [Pour consulter l'ouvrage gratuitement.](#)

THOMAS D., HUNT A., *The Programmatic Programmer*, 20th anniversary edition, Addison Wesley, 2019.

Modalités de contrôle des connaissances pour l'ECUE « Outils print et
--

web de la communication politique et publique »		
<u>1^{ère} session</u>	Régime général	Contrôle continu 100 % écrit
	Régime dérogatoire	100 % écrit
<u>2^{ème} session</u>		100 % écrit

2^{ÈME} SEMESTRE

Médias et médiatisation de la politique en Europe

Yohann Garcia

Qu'il s'agisse de politique d'accueil des réfugié·es, de changement climatique ou de réponses diplomatiques, l'Union européenne est régulièrement désignée dans les arènes publiques comme la responsable d'un certain nombre de problèmes sociaux. Pour autant, cette visibilité demeure limitée, voire épisodique. Cet enseignement interroge les termes de la médiatisation de l'Europe politique, l'eupéanisation des médias et la construction d'un hypothétique « espace public européen ». Après avoir examiné les concepts indispensables à l'étude de ces phénomènes, les étudiantes et les étudiants seront invité·es à réfléchir aux problématiques de la couverture journalistique de l'actualité des institutions européennes à travers des études de cas. L'objectif sera de questionner le fonctionnement des entreprises de presse européennes et la manière dont sont traités la vie politique et les problèmes publics européens. À l'issue du cours, les étudiant·es seront capables d'exercer un regard critique sur les logiques de production spécifiques de l'actualité européenne et le fonctionnement de l'agenda politique européen afin de produire des analyses opérationnelles en contexte professionnel (cadre médiatique, cartographie de l'environnement institutionnel et politique, stratégie politique, etc.).

Bibliographie :

ALDRIN P., HUBE N., OLLIVIER-YANIV C., UTARD J.-M. (dir.), *Les médiations de l'Europe politique*, Strasbourg, Presses universitaires de Strasbourg, 2014.

BAISNEE O., « Un impossible journalisme européen », *Hermès*, 35 (1), 2003, p. 145-151.

CAIANI M., GUERRA S. (dir.), *Euroscepticism, democracy and the media. Communicating Europe, contesting Europe*, Londres, Palgrave Macmillan, coll. « Études en sociologie politique européenne », 2017.

HACHIMI M., « Médiatisation de l'Europe et espace public européen : Étude de la réception médiatique du média paneuropéen Euronews », *Communication et Organisation*, n° 57 (1), 2020, p. 105-119.

MARCHETTI D. (dir.), *En quête d'Europe. Médias européens et médiatisation de l'Europe*, Rennes, Presses universitaires de Rennes, 2004.

Modalités de contrôle des connaissances pour l'ECUE « Médias et médiatisation de la politique en Europe »		
<u>1^{ère} session</u>	Régime général	Contrôle continu 70 % écrit (2) et 20 % oral (1) (3 épreuves)
	Régime dérogatoire	100 % écrit
<u>2^{ème} session</u>		100 % oral

Institutions de l'Union européenne

Anne Granger

Retracer l'ensemble des règles qui régissent l'organisation et le fonctionnement de l'Union européenne, c'est aborder un domaine qui, au premier abord, témoigne d'une singulière complexité. C'est qu'à l'opposé de certains systèmes constitutionnels nationaux, le droit «

constitutionnel » de l'Union ne résulte pas d'un instrument juridique unique et achevé : il est ici important, pour saisir l'essence de ce développement, d'analyser le dynamisme de l'Union Européenne.

Bibliographie :

DOUTRIAUX Y., LEQUESNE C., *Les institutions de l'Union européenne*, La Documentation française, 2013.

JACQUE J.-P., *Droit institutionnel de l'Union européenne*, Paris, LGDJ, 2018.

MANIN P., *Droit constitutionnel de l'Union européenne*, Paris, Pedone, 2004.

QUERMONNE J.-L., *Le système politique de l'Union européenne*, Montchrestien, coll. Clefs, 9e éd., 2015.

Modalités de contrôle des connaissances pour l'ECUE « Institutions de l'Union européenne »		
<u>1^{ère} session</u>	Régime général	Contrôle continu 100 % écrit (2 épreuves)
	Régime dérogatoire	100 % écrit
<u>2^{ème} session</u>		100 % écrit

Lobbying en Europe

Alexis Frémeaux et Elodie Massé

La bibliographie et le plan du cours seront présentés par l'enseignant.e au début du cours.

Modalités de contrôle des connaissances pour l'ECUE « Lobbying en Europe »		
<u>1^{ère} session</u>	Régime général	Contrôle continu 100 % écrit (2 épreuves)
	Régime dérogatoire	100 % écrit
<u>2^{ème} session</u>		100 % écrit

Systèmes politiques et communication électorale comparés

Alexandre Borrell et intervenants d'universités partenaires Erasmus (certains cours sont en anglais)

Les campagnes électorales diffèrent d'un pays à l'autre, en fonction de leurs systèmes politiques respectifs (architecture institutionnelle, modes de scrutin, configuration de la vie politique, etc.), de leurs systèmes médiatiques et des cultures politiques qui leur sont propres. La communication politique comparée prend en considération ces paramètres, plus ou moins structurants, afin de déterminer s'il existe des similarités, voir des convergences, régionales ou globales, en matière de pratiques communicationnelles, qu'on s'intéresse à la professionnalisation des acteurs, à la personnalisation des campagnes, au populisme comme culture politique ou pratique de communication, etc. Ce cours propose un aperçu de

recherches comparatives en portant une attention particulière aux méthodes d'enquête. Il donne une place centrale aux élections au Parlement européen, qui constituent une occasion régulière de comparer la communication électorale dans 27 pays.

Deux séances de ce cours sont, traditionnellement, assurées par un.e professeur.e invité.e ou un.e enseignant.e-chercheur.e venant de l'une des universités partenaires Erasmus du département de Communication. Ces cours ont fréquemment lieu en anglais. Les étudiant.es seront en outre invité.es à étudier des campagnes en cours dans d'autres pays.

Bibliographie :

CUSHION S., THOMAS R., *Reporting Elections. Rethinking the Logic of Campaign Coverage*, Cambridge, Polity Press, 2018.

ESSER F., PFETSCH B., "Political Communication", *Comparative Politics*, ed. by D. CARAMANI, Fifth edition, Oxford, Oxford University Press, 2020, p. 336-358.

HOLTZ-BACHA C., NOVELLI E. et RAFTER K., *Political Advertising in the 2014 European Parliament Elections*, Londres/New York, Palgrave, 2017.

JACKSON D., THORSEN E., LILLEKER D. & WEIDHASE N. (ed.), *UK Election Analysis 2019: Media, Voter and the Campaign. Early reflections from leading academics*, 2019, 126 p. [<http://www.electionanalysis.uk/>].

JACKSON D., SARVER COOMBS D., TREVISAN F., LILLEKER D., THORSEN E., *US Election Analysis 2020: Media, Voters and the Campaign*, 2020, 107 p. [<https://www.electionanalysis.ws/us/>]

Modalités de contrôle des connaissances pour l'ECUE « Systèmes politiques et communication électorale comparés »		
<u>1^{ère} session</u>	Régime général	Contrôle continu 100 % écrit (3 épreuves)
	Régime dérogatoire	100 % écrit
<u>2^{ème} session</u>		100 % oral

Communication politique numérique en Europe

Stéphanie Wojcik

Le cours porte sur différentes problématiques liées aux pratiques d'Internet et des réseaux socio-numériques par les acteurs du jeu démocratique, et plus particulièrement sur les effets du web sur les formes de la communication politique contemporaine. Oscillant entre sophistication accrue des modalités du faire-campagne à partir du recueil et de l'exploitation de grandes masses de données numériques et prises de paroles citoyennes plus ou moins organisées dans une très grande diversité d'arènes numériques, pouvant donner lieu à des mouvements politiques, le web politique suscite pléthore de travaux qui conduisent à réinterroger les catégories usuelles de la communication politique. Cet enseignement a ainsi pour objet les pratiques et le sens que revêtent les multiples formes d'investissement du web par les acteurs politiques, les institutions, les collectifs militants et les citoyens.

Bibliographie :

Chadwick Andrew & Stromer-Galley Jennifer. 2016. "Digital Media, Power, and Democracy in Parties and Election Campaigns: Party Decline or Party Renewal?", *The International Journal of Press/Politics*, 21(3), p. 283-293.

Chavalarias David. 2022. *Toxic Data. Comment les réseaux manipulent nos opinions*, Flammarion.

Kreiss Daniel. 2016. *Prototype Politics: Technology-intensive Campaigning and the Data of Democracy*. Oxford University Press.

Neihsouser M., Haute T., von Nostitz F.-C. & Sandri G. 2022. « Les réseaux sociaux numériques dans la campagne présidentielle de 2022 en France. Diversité des usages, diversité des usager-e-s ? » *Revue française de science politique*, 72(6), 977-996.

Theviot Anaïs. 2018. *Faire campagne sur Internet*, Presses universitaires du Septentrion.

Modalités de contrôle des connaissances pour l'ECUE « Communication politique numérique en Europe »		
<u>1^{ère} session</u>	Régime général	Contrôle continu 70 % écrit et 30% oral (3 épreuves)
	Régime dérogatoire	100 % écrit
<u>2^{ème} session</u>		100 % écrit

Communication de l'Union Européenne

Caroline Ollivier-Yaniv

L'Union Européenne est une construction institutionnelle dont la légitimité fait l'objet de débats dans les espaces publics nationaux et de mobilisations transnationales. Cette politisation de l'Europe remet en cause le processus d'intégration longtemps dirigé par des élites politiques et administratives avec le « consensus permissif » ou l'accord implicite des citoyens.

Ce cours décrit et analyse les acteurs, les dispositifs de communication et les récits significatifs du travail de légitimation de l'Europe politique, en vue de pallier son déficit démocratique. Il aborde successivement la légitimation « par le haut » - la communication institutionnelle – et la légitimation « par le bas » - les médiations de l'Europe politique par des mouvements associatifs et des médias.

Le suivi de l'actualité des débats sur l'Europe politique fait également partie du travail demandé aux étudiant-es.

Bibliographie :

ALDRIN P., HUBE N., OLLIVIER-YANIV C., UTARD J.-M. (dir.), *Les médiations de l'Europe politique*, Strasbourg, Presses universitaires de Strasbourg, 2014.

HERMAND M.-H. (dir.), « La questions européenne dans les organisations », *Communication & Organisation*, n°57, 2020.

HUBÉ N., SALGADO S. PUUSTINEN L., « The Euro crisis' actors and their roles. Politization and Personalisation of the Press Coverage », *Politique européenne*, n°52, 2016, p. 83-113.

ROGINSKY S., JEANNE-PERRIER V. (dir.), « L'Europe sur les réseaux sociaux », *Communication & Langages*, n°183, mars 2015.

Site Toute l'Europe : <https://www.touteurope.eu/>

Blog de Michael Malherbe : <https://www.lacomeuropeenne.fr/>

Modalités de contrôle des connaissances pour l'ECUE « Communication de l'Union européenne »		
<u>1^{ère} session</u>	Régime général	Contrôle continu 60 % écrit et 40 % oral (2 épreuves)
	Régime dérogatoire	100 % écrit
<u>2^{ème} session</u>		100 % écrit

Anglais de la communication 2

Cf. présentation du semestre 1.

Modalités de contrôle des connaissances pour l'ECUE « Anglais de la communication »		
<u>1^{ère} session</u>	Régime général	Contrôle continu 20 % écrit et 80 % oral (2 épreuves)
	Régime dérogatoire	100 % oral
<u>2^{ème} session</u>		100 % oral

Atelier d'écriture politique

Claire Oger

Conçu comme un atelier, et non comme un cours, cet enseignement a pour objectif principal d'entraîner les étudiants à produire – et à prononcer en public – des textes appartenant aux genres majeurs de la communication politique et publique (déclarations de candidature, professions de foi, discours de vœux, de commémoration, appels ou pétitions, tribunes, manifestes...).

Trois genres particuliers sont choisis et étudiés chaque année, en lien avec l'actualité politique (élections, polémiques d'actualité, mouvements sociaux...) et font l'objet d'un travail en plusieurs temps : observation d'un échantillon de textes emblématiques, production de textes, correction participative, déclamation.

L'observation s'appuie sur un certain nombre de catégories empruntées à la rhétorique classique et à l'analyse du discours, mais donne toujours la priorité à la production de textes plutôt qu'à leur analyse. Les exercices réalisés font presque chaque année l'objet d'une

présentation dans le cadre des « L de la nuit », événement festif et pédagogique organisé par l'UFR des Lettres.

Bibliographie :

BACOT P., GABORIAUX C., LE BART C., MAYAFFRE D., *Discours présidentiels et de présidentielles*, Paris, ENS Éditions, 2016.

MICHELI R., *L'émotion argumentée : l'abolition de la peine de mort dans le débat parlementaire français*, Paris, Éditions du Cerf, coll. « Humanités », 2010.

MONTE M., OGER C., « La construction de l'autorité en contexte. L'effacement du dissensus dans les discours institutionnels », *Mots. Les langages du politique*, n°107, 2015, p. 5-18.

ORKIBI E. (dir.), *Les discours de l'action collective, Argumentation et analyse du discours* (revue en ligne), n°14, 2015.

SCHEPENS P. (dir.), *Catégories pour l'analyse du discours politique*, Besançon, Presses universitaires de Franche-Comté, *Semen*, n°21, 2006.

Modalités de contrôle des connaissances pour l'ECUE « Atelier d'écriture politique »		
<u>1^{ère} session</u>	Régime général	Contrôle continu 100 % écrit (2 épreuves)
	Régime dérogatoire	100 % écrit
<u>2^{ème} session</u>		100 % écrit

Fundraising et ONG

Cécile Coldéfy

La bibliographie et le plan du cours seront présentés par l'enseignante au début du cours.

Modalités de contrôle des connaissances pour l'ECUE « Fundraising et ONG »		
<u>1^{ère} session</u>	Régime général	Contrôle continu 20 % écrit et 80 % oral (2 épreuves)
	Régime dérogatoire	100 % écrit
<u>2^{ème} session</u>		100 % écrit

Cahier des charges et méthodologie du Projet tutoré – Atelier consultant

Stéphanie Wojcik

Ce cours fournit les indications principales quant à la teneur et l'organisation du dispositif pédagogique spécifique que constitue le projet tutoré. Ce dernier se déroule sur un mois, à la fin du second semestre, et permet aux étudiant.e.s réparti.e.s en groupes de travailler sur

une mission de communication originale commanditée par une organisation réelle œuvrant dans le domaine politique ou public (association, collectivité, institution, parti politique, syndicat...).

L'enseignement vise à expliciter les objectifs et attendus du projet tutoré, les différentes étapes de sa réalisation ainsi que les livrables nécessaires à son déroulement. Il présente également les différentes missions qui sont confiées chaque année aux étudiant.e.s.

Modalités de contrôle des connaissances pour l'ECUE « Cahier des charges et méthodologie du Projet tutoré – Atelier consultant »		
<u>1^{ère} session</u>	Régime général	Contrôle continu 60 % écrit et 40 % oral
	Régime dérogatoire	100 % écrit
<u>2^{ème} session</u>		100 % oral

Description des enseignements de Master 2

1^{ER} SEMESTRE

Actualité des savoirs en communication politique et publique

Aude Seurrat

Ce cours a pour objectif d'identifier et de comprendre les différentes recherches actuelles en communication politique et publique. Il apporte en cela un appui pour l'élaboration du mémoire dans son volet scientifique. Il permet de :

- familiariser les étudiant.e.s avec la construction des connaissances sur la communication politique et publique telle qu'elle s'opère dans les travaux de recherche contemporains, en leur présentant les principales revues du champ (revues scientifiques portant sur la communication politique dans une perspective disciplinaire ou interdisciplinaire, dossiers récemment publiés sur des thèmes ou des problématiques renouvelant l'approche de la communication politique et publique...);
- faire connaître et apprendre aux étudiant.e.s à étudier le genre du compte-rendu de lecture critique, utile pour le repérage bibliographique, et plus généralement pour le travail de mémoire de recherche à réaliser en master ;
- amener les étudiant.e.s à rédiger, puis publier sur le blog de la formation, des comptes rendus critiques de dossiers de revues de leur choix, parus depuis moins de deux ans et consacrés à des thématiques en lien avec la formation (les CR publiés les années précédentes sont disponibles en ligne : <https://avril21.eu/category/comptes-rendus-critiques/>)

Références :

Les collections de revues scientifiques comme *AAD (Argumentation et analyse du discours)*, *Communication* (Université Laval - Québec), *Communication et langages*, *Les Enjeux de*

l'information et de la communication, Études de communication, Hermès, Langage et société, Mots. Les langages du politique, Parlement[s], Participation, Politiques de communication, Politix, Quaderni, Questions de communication, Réseaux, Le Temps des médias, et d'autres...

Modalités de contrôle des connaissances pour l'ECUE « Actualité des savoirs en communication politique et publique »		
<u>1^{ère} session</u>	Régime général	Contrôle continu 60 % écrit et 40 % oral (2 épreuves)
	Régime dérogatoire	100 % écrit
<u>2^{ème} session</u>		100 % écrit

Conception de projets en communication publique et sociale

François Leray

Organisés en équipes, les étudiants identifieront une problématique de communication pour une institution publique ou associative d'intérêt général donnée, et élaboreront une stratégie et un plan de communication permettant d'y répondre. Des apports théoriques et pratiques compléteront le cours afin d'accompagner les projets au fur et à mesure, en particulier en matière de communication responsable (accessibilité, écoconception, protection des données) et d'enjeux de lutte contre la désinformation.

Bibliographie indicative :

ADEME, *Le guide de la communication responsable*, 2022.

ALDRIN Philippe, HUBÉ Nicolas, OLLIVIER-YANIV Caroline et UTARD Jean-Michel (dir.), *Les mondes de la communication publique : Légitimation et fabrique symbolique du politique*, Res Publica, PUR, 2014.

MATASICK Craig, ALFONSI Carlotta Alfonsi et BELLANTONI Alessandro, *Governance responses to disinformation : How open government principles can inform policy options*, Documents de travail de l'OCDE sur la gouvernance publique, n° 39, Éditions OCDE, Paris, 2020.

PASQUIER Martial, KERAMIDAS Olivier, *Communication des organisations publiques*, Info Com, De Boeck Supérieur, 2017.

Modalités de contrôle des connaissances pour l'ECUE « Conception de projets en communication publique et sociale »		
<u>1^{ère} session</u>	Régime général	Contrôle continu 50 % écrit et 50 % oral
	Régime dérogatoire	100 % écrit
<u>2^{ème} session</u>		100 % écrit

Conception de projets en communication politique

Gilles Bon-Maury

Organisés en équipes, les étudiants élaboreront un diagnostic, une stratégie et des outils dans le cadre d'une campagne électorale municipale fictive, se basant sur les données sociologiques et politiques réelles du territoire et sur une observation de la ville. Chaque étape donnera lieu à la présentation par l'enseignant des principes théoriques et d'exemples de pratiques.

Bibliographie indicative :

ALDRIN Philippe, HUBE Nicolas, *Introduction à la communication politique*, De Boeck supérieur, 2017.

GERSTLE Jacques, PIAR Christophe, *La communication politique*, Armand Colin, 4^{ème} édition, 2020.

LEHINGUE Patrick, *Le vote. Approches sociologiques de l'institution et des comportements électoraux*, La Découverte, 2011.

Modalités de contrôle des connaissances pour l'ECUE « Conception de projets en communication électorale »		
<u>1^{ère} session</u>	Régime général	Contrôle continu 50 % écrit et 50 % oral
	Régime dérogatoire	100 % écrit
<u>2^{ème} session</u>		100 % écrit

Travailler avec les agences

Alexandre Gavard

Le cours vise à donner aux étudiants une vision élargie du secteur dans lequel ils vont s'insérer par la suite en leur présentant les agences de communications et leurs dérivés : cabinets de conseil, cabinets d'affaires publiques, agences spécialisées ou avec une approche "360". Il s'agira principalement de donner aux étudiants des clés de compréhension pour leur permettre d'appréhender les différents acteurs, leurs problématiques, leurs rôles et leurs spécificités. Cette grille de lecture devra permettre aux étudiants de pouvoir plus facilement travailler en agence par la suite ou alors de faciliter le recours à une agence en tant que prestataire.

À travers des mises en pratique utilisant des enseignements d'autres cours du M1 et du M2, les étudiants se mettront concrètement dans le rôle de consultants. Ils devront par exemple répondre à un appel d'offres pour un client (public, politique ou privé) en proposant une analyse de son contexte et de ses enjeux, une stratégie de communication et un plan d'action. Le cours abordera aussi brièvement les différents métiers de l'agence et les services proposés comme la communication de crise ou les médiatraining.

Modalités de contrôle des connaissances pour l'ECUE « Travailler avec les agences »		
<u>1^{ère} session</u>	Régime général	Contrôle continu 50 % écrit et 50 % oral (2 épreuves)
	Régime dérogatoire	100 % écrit
<u>2^{ème} session</u>		100 % écrit

E-réputation et stratégie digitale

Yohann Garcia

Qu'est-ce que la réputation en ligne ? Quels sont les enjeux stratégiques de la communication sur les réseaux sociaux ? Basé sur des interventions de professionnel·les du secteur, des études de cas et des exercices pratiques, le cours vise à fournir aux étudiant·es un ensemble — non exhaustif, mais relativement complet — de méthodes et outils nécessaires à la gestion de l'e-réputation et à l'élaboration de stratégies de communication digitales appliquées aux métiers de la communication politique et publique. À l'issue du cours, elles et ils seront capables de réaliser un audit d'e-réputation, de concevoir une stratégie d'influence en ligne et de mobiliser des bonnes pratiques pour anticiper et gérer les crises.

Bibliographie :

- Austin, L. L., & Jin, Y. (Éds.). (2018). *Social media and crisis communication*. Routledge.
- Chester, J., & Montgomery, K. C. (2017). The role of digital marketing in political campaigns. *Internet Policy Review*, 6(4). <https://doi.org/10.14763/2017.4.773>
- de Lacoste Lareymondie, G. (2018). *Guide de l'e-réputation : Personal Branding - Visibilité sur Internet - Réputation numérique - Gestion des réseaux sociaux*. Eyrolles.
- Neihouser, M. (2017). Les blogs politiques en France. Fréquentation et participation des lecteurs. *Réseaux*, 204, 133-158. <https://doi.org/10.3917/res.204.0133>
- Lalancette, M., & Raynauld, V. (2019). The Power of Political Image : Justin Trudeau, Instagram, and Celebrity Politics. *American Behavioral Scientist*, 63(7), 888-924.
- Tournemire Antoine de. (2021). *Manager son e-réputation*. Ellipses.

Modalités de contrôle des connaissances pour l'ECUE « E-réputation et stratégie digitale »		
<u>1^{ère} session</u>	Régime général	Contrôle continu 50 % écrit et 50 % oral
	Régime dérogatoire	100 % écrit
<u>2^{ème} session</u>		100 % écrit

Méthodologie de la recherche (1^{er} et 2nd semestre)

Claire Oger

Les cours de méthodologie vise à préparer les étudiants à la rédaction du mémoire de recherche soutenu en fin d'année universitaire. Divisé en deux parties et réparti sur les deux

semestres, il prépare à la conduite de l'enquête de terrain, réalisée dans le cadre du stage professionnel, et présente les spécificités du questionnement autant que de l'écriture scientifiques.

Complément de l'encadrement individuel assuré par les directeurs/trices de mémoires, il est également doublé par les « ateliers-mémoires », qui se déroulent pendant le stage, sous la forme d'une journée mensuelle de retour à l'université : réflexion collective sur les sujets de mémoires, tours de table sur le déroulement des stages, réponses aux questions diverses des étudiants peuvent s'y accompagner d'ateliers par groupes à la demande.

L'évaluation retenue pour le cours est celle de la « note d'intention » que chaque étudiant.e remet à son directeur ou sa directrice de mémoire au début du mois de février, et qui constitue une préfiguration de son travail de recherche.

Bibliographie :

BEAUD S., « L'usage de l'entretien en sciences sociales. Plaidoyer pour l'«entretien ethnographique» », *Politix*, n°35, 1996, p. 226-257.

BECKER H., *Les ficelles du métier. Comment conduire sa recherche en sciences sociales*, La Découverte, coll. Guides Repères, 2002.

DELCAMBRE P., « Quels corpus pour la recherche sur les pratiques de communication dans les organisations ? », *Sciences de la société*, n°50-51, mai-octobre 2000.

PERETZ H., *L'observation [Les méthodes en sociologie]*, La découverte, coll. Repères, 2007.

WELLER J.-M., « Le mensonge d'Ernest Cigare. Problèmes épistémologiques et méthodologiques à propos de l'identité », *Sociologie du travail*, vol. 36 (n°1), 1994, p. 25-42.

Modalités de contrôle des connaissances pour l'ECUE « Méthodologie de la recherche » (1^{ère} partie)		
<u>1^{ère} session</u>	Régime général	Contrôle continu 100 % écrit
	Régime dérogatoire	100 % écrit
<u>2^{ème} session</u>		100 % écrit

2^{ème} SEMESTRE

Professionnalisation de la communication politique et publique en France et en Europe

Caroline Ollivier-Yaniv

L'activité politique peut être considérée comme un travail recouvrant une multiplicité de tâches et d'interdépendances, parmi lesquelles se trouvent les pratiques relevant de la communication. Sur la base de travaux de recherche portant sur la sociologie de la communication politique dans des contextes diversifiés, ainsi que des expériences des étudiant-es dans le cadre de leurs stages, ce cours interroge l'importance prise par la communication dans le travail politique en termes de professionnalisation et de reconnaissance d'un groupe professionnel.

Les étudiant-es font ainsi preuve de réflexivité vis-à-vis de leur expérience de stage. Celles et ceux qui se destinent à devenir des professionnel·les de la communication politique et publique à l'issue du Master acquièrent des connaissances sur le domaine d'activités, en étant amenés à réfléchir sur le caractère relatif de son autonomie et en disposant de notions pour analyser les interactions et les trajectoires professionnelles. Le socle théorique et l'appui sur des travaux de recherche permettent également d'envisager une poursuite d'étude en doctorat sur des sujets relatifs aux métiers, aux acteurs et, ou aux identités professionnelles de la communication dans les organisations politiques au sens général du terme.

Le cours est organisé de façon à permettre l'implication des étudiant-es : lors des séances portant sur la discussion collective de travaux donnés à lire préalablement et lors de la présentation analytique d'un dispositif ou d'une action de communication lié au stage de chacun·e.

Bibliographie :

ALDRIN P., HUBÉ N., OLLIVIER-YANIV C., UTARD J.-M., *Les mondes de la communication publique*, Rennes, Presses Universitaires de Rennes, 2014.

BUCHER R., STRAUSS A., « La dynamique des professions » (1961), STRAUSS A. « Une perspective en termes de monde social » (1978), in STRAUSS A., *La trame de la négociation*, Paris, L'Harmattan, 1992, p. 67-86 et p. 269-282.

DEMAZIÈRE D., GADÉA C., *Sociologie des groupes professionnels*, Paris, La Découverte, 2009.

DESRUMEAUX C., NOLLET J., « Le travail politique par et pour les médias », *Réseaux*, n°187, 2014.

GADÉA C., OLIVESI S., *Professions et professionnels de la communication*, Toulouse, Octarès, 2016.

HUGHES E.C., *Le regard sociologique. Essais choisis*, Paris, Editions de l'EHESS, 1997.

Modalités de contrôle des connaissances pour l'ECUE « Professionnalisation de la communication politique et publique »		
1 ^{ère} session	Régime général	Contrôle continu 60 % (1) écrit et 40 % oral (2) (3 épreuves)
	Régime dérogatoire	100 % écrit

<u>2^{ème} session</u>		100 % écrit
--------------------------------	--	-------------

Concepts et méthodes pour l'analyse des discours publics

Alice Krieg-Planque

Cet enseignement présente des concepts et des méthodes utiles à l'analyse des discours politiques et institutionnels, en particulier dans la perspective d'aider les étudiants à construire leurs propres observables pertinents sur les sujets qui les intéressent. La capacité à mettre en place de tels cadres pour l'étude des textes et des discours sera utile aux étudiants dans la réalisation de leur mémoire de Master, mais aussi en accompagnement d'une expérience de stage, ou pour l'apprentissage de la dimension analytique de leur future activité professionnelle.

Les séances du cours abordent plusieurs thématiques et secteurs disciplinaires. Parmi les thématiques, sont par exemple abordées : la politique partisane, la scène médiatique, les institutions publiques nationales et internationales, les ONG et le secteur non-marchand, les questions sanitaires et environnementales, les questions patrimoniales, les figures de l'expertise, la violence verbale... Parmi les spécialités disciplinaires, peuvent par exemple être rencontrées : l'"école française d'analyse du discours", la "*critical discourse analysis*", la linguistique légale, la sociolinguistique, l'analyse conversationnelle, l'étude de la part langagière du travail, l'anthropologie de l'écriture...

Bibliographie : revues du champ :

- *Argumentation et analyse du discours* (<https://journals.openedition.org/aad/>)
- *Ela. Etudes de linguistique appliquée* (<https://www.cairn.info/revue-ela.htm>)
- *Langage & Société* (<https://www.cairn.info/revue-langage-et-societe.htm>)
- *Mots. Les langages du politique* (<https://www.cairn.info/revue-mots.htm>)
- *Semen. Revue de sémio-linguistique des textes et discours* (<https://journals.openedition.org/semen/>)

Modalités de contrôle des connaissances pour l'ECUE « Concepts et méthodes pour l'analyse des discours publics »		
<u>1^{ère} session</u>	Régime général	Contrôle continu 100 % écrit (2 épreuves)
	Régime dérogatoire	100 % écrit
<u>2^{ème} session</u>		100 % oral

Communication, institutions, pouvoir

Jean-Philippe de Oliveira

Le cours propose une réflexion de fond sur les rapports de force induits par l'économie néolibérale entre les citoyens, l'Etat et les institutions. Structuré en deux parties, le cours aborde successivement l'évolution des stratégies de communication de l'État et des institutions publiques ainsi que des organisations de la société civile, par le prisme de la biopolitique. L'interrogation porte sur les enjeux spécifiques à chacun de ces types

d'organisation, en les reliant à un enjeu fondamental des sociétés contemporaines occidentales : la légitimation du néolibéralisme.

Bibliographie :

De Oliveira Jean-Philippe, *Organisations et communication. Les enjeux de la com' en contexte néolibéral*, Éditions Campus Ouvert, 2020.

Modalités de contrôle des connaissances pour l'ECUE « Communication, institutions, pouvoir »		
<u>1^{ère} session</u>	Régime général	Contrôle continu 60 % écrit et 40 % oral (2 épreuves)
	Régime dérogatoire	100 % écrit
<u>2^{ème} session</u>		100 % écrit

Émergences et pratiques innovantes en communication politique et publique

Orélie Desfriches Doria et Lucile Desmoulins

Les professionnel·les de la communication promeuvent leur professionnalisme en s'appuyant sur l'argument de la modernité, de l'innovation organisationnelle et numérique. En s'appuyant sur des travaux scientifiques en sociologie de l'innovation ou en sciences de l'information et de la communication, ils trouvent des arguments pour mettre en garde contre la prétention de cet argument qui occulte la dimension de la continuité dans les outils et les pratiques de communication stratégique : logiques incrémentales, d'hybridation, de recyclage, de transfert, etc.

Ce cours porte sur les transformations technologiques ou organisationnelles des pratiques en communication publique et politique. Il s'agira d'abord de passer en revue la diversité des pratiques innovantes contemporaines pour ensuite prendre en considération la manière dont l'innovation articule des artefacts, des pratiques, des imaginaires, des idées et des discours et récits. L'appréhension des discours d'escorte de l'innovation s'enrichit de l'étude de ses contraires (déclin, retard, frein, etc.) dans le cadre de stratégies instrumentales d'acteurs ou de collectifs, de politiques institutionnelles ou publiques.

Les séances seront aussi organisées autour de l'innovation et ses avatars numériques en fonction des domaines de spécialité des deux intervenantes. On prévoit d'aborder à travers des cas à propos de : l'IA, du Knowledge Management, du pilotage et de la gestion par les données massives, la créativité et l'influence (think tanks), ou encore à propos du travail collaboratif en distanciel, de l'écriture collaborative, du débat, de la sensibilisation et de la pédagogie, de la ludification, des deepfakes, mais aussi d'étudier des cas issus des stages lors d'ateliers, l'innovation perçue dans les expériences des étudiants. Les étudiant·es seront donc amené·es à définir l'innovation, réfléchir aux modes d'organisation associés à son déploiement afin d'acquérir une posture réflexive face à la promotion de l'innovation en communication politique ou publique.

Pour l'évaluation, chaque groupe d'étudiant·es devra construire et présenter à la promotion un épisode scénarisé de jeu sérieux sur une problématique d'innovation en s'appuyant sur ses expériences et lectures. Le livrable écrit pourra être rendu une semaine après le dernier cours.

Bibliographie :

Akrich Madeleine, « Les utilisateurs, acteurs de l'innovation », *Education permanente*, n°134, 1998, p. 79-89. <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00082051/document>

Akrich Madeleine, Callon Michel, Latour Bruno, « A quoi tient le succès des innovations ? 1 : L'art de l'intéressement. 2 : Le choix des porte-parole ». In *Gérer et Comprendre. Annales des Mines*, Eska, 1988, p. 4-17 & 14-29. <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00081741>

Alter Norbert, *L'innovation ordinaire*. Presses Universitaires de France, 2010
<https://doi.org/10.3917/puf.alter.2010.01>

Bouchard Julie, « Le retard, un refrain français. Une analyse de la rhétorique du retard à propos de la science et de la technologie », *Futuribles*, n° 335, novembre 2007, p.48-72.
<http://juliebouchard.free.fr/articles-pdf/2007-bouchard-retard.pdf>

Cardon Dominique, La trajectoire des innovations ascendantes : inventivité, coproduction et collectifs sur Internet. *Travail de synthèse mené par le groupe de recherche « les innovations ascendantes »*. Actes du colloque IUR, Montpellier, 17 et 18 janvier 2006.

Modalités de contrôle des connaissances pour l'ECUE « Emergences pratiques innovantes en communication politique et publique »		
<u>1^{ère} session</u>	Régime général	Contrôle continu 50 % écrit 50% oral (2 épreuves)
	Régime dérogatoire	100 % écrit
<u>2^{ème} session</u>		100 % écrit

Travailler en langue anglaise

Lorraine Stravens

La présentation du cours, qui a lieu aux mois de mai et juin, sera fournie ultérieurement.

Modalités de contrôle des connaissances pour l'ECUE « Travailler en langue anglaise »		
<u>1^{ère} session</u>	Régime général	Contrôle continu 50 % écrit et 50 % oral
	Régime dérogatoire	100 % oral
<u>2^{ème} session</u>		100 % oral

Atelier événementiel

François Leray

L'ensemble de la promotion réalise chaque année, à la fin du mois de juin, un événement à caractère professionnel qui prend la forme de son choix.

A titre d'exemples, les précédentes promotions ont organisé un événement au Louvre autour de la communication politique (visite commentée d'une sélection d'oeuvres, table ronde réunissant des historiens de l'art et des professionnels de la communication...) en 2018, un « Com pol' challenge », tournoi inter-formations consacré à la communication de crise en

2019, un site web dédié à la communication politique et publique en temps de crise sanitaire en 2020, une série de vidéos consacrées à la gastronomie et aux enjeux de communication politique qu'elle soulève en 2021 et un événement festif consacré aux élections présidentielles, inspiré des jeux télévisés, en 2022.

Ce projet, réalisé en autonomie et doté d'un budget (modeste !), alloué par le département de Communication avec le soutien de l'UFR LLSH, fait l'objet d'un accompagnement pédagogique et administratif.

Modalités de contrôle des connaissances pour l'ECUE « Atelier événementiel »		
<u>1^{ère} session</u>	Régime général	Contrôle continu 50 % écrit et 50 % oral
	Régime dérogatoire	100 % oral
<u>2^{ème} session</u>		100 % oral

Méthodologie de la recherche et ateliers-mémoires

Claire Oger

Second volet du cours proposé au semestre 1 (voir la présentation ci-dessus).

L'évaluation de ce cours est comprise dans la note du mémoire, obtenue lors de la soutenance et qui synthétise l'appréciation sur le mémoire lui-même et sur la soutenance orale.

Modalités de contrôle des connaissances pour l'ECUE « Méthodologie de la recherche » (2^{ème} partie)		
<u>1^{ère} session</u>	Régime général	Contrôle continu 80 % écrit et 20 % oral
	Régime dérogatoire	100 % oral
<u>2^{ème} session</u>		100 % oral

Présentation générale

Les étudiants titulaires d'un Master peuvent préparer une thèse de doctorat en sciences de l'information et de la communication, après approbation d'un enseignant-chercheur Habilité à diriger des recherches – professeur des universités ou maître de conférences habilité à diriger des recherches.

Le Master Communication politique et publique en France et en Europe est adossé à l'équipe d'accueil CEDITEC - CENTRE D'ETUDE DES DISCOURS, IMAGES, TEXTES, ECRITS, COMMUNICATIONS (EA 3119).

Le Centre d'étude des discours, images, textes, écrits et communication (CEDITEC) est une unité de recherche de l'UPEC, labellisée en 1999. Le programme scientifique qui détermine ses activités vise à articuler le discursif et le social, notamment dans les champs du politique, de la santé et de l'éducation. Il se caractérise par une approche pluridisciplinaire des discours, des textes, des paroles et des images en circulation et en confrontation et une attention à leurs conditions de production et de réception. Les travaux de ses membres s'inscrivent principalement en sciences de l'information et de la communication et en sciences du langage, en dialogue avec les autres sciences humaines et sociales et les humanités médicales.

Les travaux conduits au sein du laboratoire sont structurés autour de deux axes principaux :

- **L'étude des discours et des textes : concepts, objets et méthodes** : Analyse du discours et sciences humaines et sociales / Textométrie et visualisation des données textuelles et multimédia / Transformations numériques : supports et formats, corpus, réseaux, web
- **Circulation et confrontation des discours politiques et sociaux** : Communication, participation et mobilisations politiques / Enjeux communicationnels de la santé et du soin : discours institutionnels, controverses, relations médecins-patients / Littéracies, questions éducatives et institutions

Quelques exemples de thèses récemment soutenues :

- « Discours sur la diversité culturelle et l'unité nationale : l'Etat postcolonial au Cameroun à l'épreuve de la société plurale », soutenue en 2020 par Nicanor Tatchim ;
- « La perception des moyens de prévention du VIH disponibles et à venir. Comparaison entre la France et le Québec », soutenue en 2020 par Cécile Loriato ;
- « Circulation d'énoncés et autorité en discours : la « réussite sociodiscursive » du vocabulaire de l'« économie numérique » (1998-2019) » soutenue en 2023 par Amina Belhadj.

Le Céditec organise un **séminaire annuel ouvert à tous publics** et notamment, aux étudiants du Master 2 « Communication politique et publique en France et en Europe ».

Sauf mention contraire, toutes les séances se tiennent à l'UFR des sciences économiques de l'UPEC, salle Keynes (2^{ème} étage), à droite à la sortie du métro Créteil-Université.

Programme détaillé des séances : <http://ceditec.u-pec.fr//>



**lsh.
u-pec
.fr**

Université Paris-Est Créteil

61 avenue du Général de Gaulle, 94010 Créteil cedex
Métro 8 : Créteil Université