

Master Mention LLCER

Langues Littératures Civilisations Etrangères et
Régionales

Parcours COCI

**Communication, Organisations et
nouveaux médias en Contexte
Interculturel**



2019-2020

Brochure non contractuelle, mise à jour au 12 juillet
Des modifications sont susceptibles d'intervenir d'ici la rentrée

Sommaire

Cliquez sur les numéros de page pour accéder directement aux rubriques.

Présentation de l'équipe de la formation

Présentation générale	2
Compétences visées	3
Publics	3
Axes d'études	3
Débouchés	4
Évaluations	4
Admission et inscription	5
Admission en M1	5
Admission en M2	5
Inscriptions administrative et pédagogique	5
Informations pratiques	6
Lieu d'enseignement	6
Secrétariat pédagogique	6
Autres liens utiles	6
Calendrier universitaire	7
Organisation du cursus	8
Descriptifs des enseignements	11

Présentation générale

Le master LLCER - Parcours COCI permet d'approfondir sa maîtrise de la langue orientale, de se spécialiser dans une discipline, d'élargir ses connaissances aréales mais aussi ses perspectives de carrière. Le master LLCER parcours COCI permet une orientation professionnelle. Il est axé sur le développement d'aptitudes opérationnelles et l'entrée dans la vie active.

Le parcours COCI se compose de deux années d'études (M1 et M2) et permet l'obtention de **120 crédits ECTS** (30 par semestre). Chacun des trois premiers semestres (S7, S8, S9) comporte quatre unités d'enseignement (UE) : Pratique avancée en langue (UE1), Séminaires régionaux (UE2), Enseignements théoriques disciplinaires (UE3), Outils méthodologiques et ouvertures (UE4). Le semestre 8 (2^e semestre de M1) comprend également une UE5 consistant en un stage 4 mois minimum (à partir du 1^{er} avril) et un rapport de stage. Le semestre 10 (2^e semestre de M2) ne comprend aucun enseignement ; il est entièrement consacré à la rédaction d'un mémoire de recherche ou à un stage et à la rédaction d'un rapport de stage.

Outre les enseignements de langues, le parcours COCI propose des enseignements qui sont consacrés à un apprentissage approfondi :

- des problématiques relatives à la communication, à la culture et au langage ;
- du secteur de la communication des organisations (institutions publiques, entreprises, associations, collectivités territoriales, ONG, institutions internationales, ...), du marketing et du management ;

- des (nouveaux) écosystèmes de la communication ;
- de la conception et conduite de projets dans un contexte multilingue et multiculturel.

Information : le master COCI remplace le master CIM (Communication, Informations et nouveaux Médias) !

Compétences visées

1. Posséder des **compétences linguistiques et culturelles avancées** dans une langue ou une aire géographique donnée.
2. Posséder une bonne connaissance des recherches théoriques et appliquées dans le domaine des aires culturelles, de la diversité culturelle et de l'interculturalité.
3. Posséder une bonne connaissance des grandes questions de recherche sur les **(nouveaux) écosystèmes de communication** au niveau global et local et dans un contexte multilingue et multiculturel.
4. Savoir mener des **projets de constitution, d'analyse et d'exploitation de corpus de données** (multiculturelles, multimédias, multilingues).
5. Posséder une excellente **maîtrise pratique et concrète** de la **communication des organisations** : systèmes spécialisés de communication (marque, interne, externe, ...) ; techniques de communication médias et hors-médias ; communication numérique (web, médias sociaux, mobile, IoT, ...) ; conception et conduite de projets de communication, intelligence économique et culturelle ; audits et évaluation de campagnes de communication.
6. Posséder des compétences pratiques dans la conception et la conduite de **projets internationaux et interculturels**.

Publics

Sont éligibles :

- 1) Les **étudiants de l'Inalco** ayant obtenu la licence **LLCER - parcours CFI**.
- 2) Les **étudiants titulaires d'une licence de l'Inalco** ou d'un diplôme national conférant le grade de licence dans un domaine compatible avec celui du diplôme national de master (langue enseignée à l'Inalco + compétences dans le domaine des TICE).
- 3) Les étudiants justifiant d'une des validations prévues aux articles [L. 613-3](#), [L. 613-4](#) et [L. 613-5 du code de l'éducation](#).

Axes d'études

L'offre pédagogique du Master LLCER - parcours **COCI – Communication, Organisations et nouveaux Médias en Contexte Interculturel** s'articule sous forme de **5 UE** :

1. UE 1 : Pratique avancée de la langue (= PAL).
2. UE 2 : Spécialisation régionale.
3. UE 3 : Aires culturelles, communication et langage. Approches théoriques et méthodologiques. Communication des organisations dans un contexte

multiculturel au niveau international, régional et local. Approches pratiques, études de cas et projets concrets.

4. UE 4 : Écosystèmes numériques de communication. Approches pratiques, études de cas et projets concrets.
5. UE 5 : Stages, rapports de stage et thèse professionnelle. 2 stages (de 4 mois et de 6 mois), deux rapports de stage et une thèse professionnelle à soutenir devant un jury.

Débouchés

Métiers de la communication :

- Assistant de communication (code ROME : E1103)
- Chargé de relations publiques (code ROME : E ROME 1103)
- Chargé de communication externe (code ROME : E ROME 1103)
- Chargé de communication interne (code ROME : E ROME 1103)
- Consultant en e-réputation (code ROME : E ROME 1103)
- Responsable de communication en entreprise (code ROME : E ROME 1103)
- Responsable veille concurrentielle (code ROME : E ROME 1103)
- Community manager (code ROME : E ROME 1103)
- Concepteur de contenu multimédia (code ROME : E ROME 1104)
- Assistant éditorial (code ROME : E ROME 1105)
- Organisation d'évènementiel (code ROME : E ROME E1107)
- Elaboration de plan média (code ROME : E ROME E 1402)
- Chargée de référencement (code ROME : E ROME E1402)
- Chef de projet Web (code ROME : E ROME 1803)
- Assistant de manager international (code ROME : E ROME 1604)
- Chef de projet e-CRM (code ROME : E ROME 1803)
- Média-planneur (code ROME : E ROME 1402)

Évaluations

Les cours du Master LLCER – Parcours COCI sont soumis au **régime du contrôle continu intégral**. Le régime du contrôle continu implique une **obligation d'assiduité** pour la validation des enseignements. L'assiduité comprend la présence à tous les cours, la ponctualité et la participation aux travaux à réaliser d'un cours à l'autre ou bien à réaliser dans le temps du cours.

À partir de deux absences non justifiées, l'étudiant est considéré comme non assidu et ne pourra pas se présenter à l'examen ni valider son cours. Toute absence doit être justifiée par un document (justificatif médical).

Les enseignements s'appuient principalement sur des évaluations continues sous forme :

- 1) de réalisation de projets individuels ou collectifs ;
- 2) d'exposés oraux ;
- 3) de lecture et de discussion critiques de travaux scientifiques ;
- 4) de constitution et d'analyse de corpus données ;
- 5) de rédaction de dossiers et de rapports.

Admission et inscription

Les demandes d'admission en master à l'INALCO sont soumises à une procédure de sélection. Un dossier de demande d'admission doit être constitué. Le master LLCER est accessible aux étudiants titulaires d'une licence et pouvant justifier d'un niveau suffisant dans la langue choisie.

Un master s'effectue sous la direction d'un enseignant-chercheur qui supervise les stages obligatoires en M1 et M2, le rapport de stage en M1 ainsi que la thèse professionnelle (Etude de cas + rapport de stage) en M2. Le dossier de demande d'admission comporte obligatoirement une lettre de motivation et le descriptif sommaire d'un projet personnel en communication interculturelle. Il est fortement conseillé aux étudiant.e.s qui souhaitent s'inscrire en master de prendre contact avec un enseignant – chercheur susceptible de les orienter dans vos projets et de diriger votre master.

Admission en M1

Ouverture de la campagne de candidature : 6 mai 2019

Date limite de dépôt du dossier de candidature : 6 juin 2019

Dossier de candidature : voir sur le site de l'INALCO :

<http://www.inalco.fr/formations/inscrire-inalco/master-demande-admission>

Dans le cadre de la candidature pour l'admission en Master 1 LLCER, et après examen de son dossier, le candidat pourra éventuellement être convoqué à un test/entretien afin de vérifier les connaissances ou compétences réellement acquises en langue orientale et en discipline (UE3). Les étudiants concernés seront convoqués par courriel.

En cas d'acceptation de son dossier, l'étudiant devra confirmer sa candidature dans les délais indiqués, puis réaliser les inscriptions administrative et pédagogique (voir ci-dessous).

Admission en M2

Pour les étudiants de l'INALCO, passés par la sélection en M1 à partir de 2017, l'admission en M2 est de droit sur présentation, au bureau 3.42, de l'attestation de réussite au M1 (ou du relevé de notes complet de M1) et du formulaire de « 1^{re} inscription en M2 » signé par leur directeur de recherche.

Pour les autres étudiants (venant d'une autre université/spécialité ou en reprise d'études), le dossier de candidature M2 (disponible à partir du 6 mai 2019) est à compléter et à déposer au bureau 3.42, au plus tard le 6 juin 2019 (1^{re} session) ou le 26 août 2019 (2^e session).

Inscriptions administrative et pédagogique

Elles s'effectuent après la décision favorable de la commission d'admission. Après avoir effectué son inscription administrative (en ligne ou auprès du service de la scolarité), l'étudiant indique au moment de son inscription pédagogique son orientation disciplinaire en COCI. Lors de son inscription pédagogique, (formulaire à remplir et à faire valider par l'équipe enseignante), il doit choisir les enseignements d'UE1 et UE2 dans son département et ceux des UE3 et UE4 en parcours COCI.

Plus d'informations : <http://www.inalco.fr/formations/inscrire-inalco>

MOBILITE ETUDIANTE (MISSIONS OU CURSUS INTEGRE, AIDE AU VOYAGE POUR LE M1 ET LE M2)

La possibilité de séjours sur le terrain, en M1 ou en M2, grâce aux bourses de mobilité et aux cursus intégrés, permet d'enrichir la recherche des étudiants et leur connaissance de l'aire et de la langue concernées.

Plusieurs types de séjours à l'étranger sont envisageables en Master :

CURSUS INTEGRE : il s'agit de valider un semestre effectué dans une université à l'étranger selon un contrat pédagogique établi avec le référent de la langue étudiée et le responsable de la spécialité. Attention ! Avant le départ, il est impératif de prendre contact avec chacun des enseignants du semestre pour les informer de votre absence et voir avec eux les modalités de validation de leurs cours du parcours COCI

SEJOURS DE PERFECTIONNEMENT LINGUISTIQUE : ce type de séjour ne permet pas de valider un stage. Il s'agit de séjours de courte durée (deux à six semaines) essentiellement lors des vacances scolaires.

Des campagnes d'aide à la mobilité Master sont lancées à la fin du premier semestre et une campagne d'aide au voyage est financée par le CSIE.

Pour les aides à la mobilité, toutes les informations se trouvent sur cette page : <http://www.inalco.fr/international/etudiants-inalco>.

Informations pratiques

Lieu d'enseignement

Institut national des langues et civilisations orientales (INALCO)

65 rue des Grands Moulins, 75013 Paris

Tél. +33 (0)1 81 70 10 00.

<http://www.inalco.fr>

Accès : métro ligne 14 ou RER C, station « Bibliothèque François Mitterrand » ; bus 89 et 62, arrêt « Bibliothèque Rue Mann » ; tram 3a, arrêt « Avenue de France ».

Secrétariat pédagogique

Le secrétariat pédagogique gère les inscriptions pédagogiques, les notes, les demandes de dispense d'assiduité et de validation d'acquis (il ne s'occupe pas des inscriptions administratives).

Secrétaire pédagogique : Madame Clémence Milcareck

Pour prendre rendez-vous : clemence.milcareck@inalco.fr

Autres liens utiles

- Page de la filière : <http://www.inalco.fr/departement/communication-formation-interculturelles>
- Brochures pédagogiques de la filière : <http://www.inalco.fr/formations/departements-filieres-sections/communication-formation-interculturelle-cfi/formations>
- Emplois du temps : <https://planning.inalco.fr>
- Planning des examens : <http://www.inalco.fr/formations/emplois-temps-examens/examens>

- Plateforme pédagogique Moodle : <https://moodle.inalco.fr>
- Espace numérique de travail (ENT) : <https://ent.inalco.fr> (l'ENT vous permet notamment de prendre connaissance de vos notes après chaque session d'examens.)
- Bourses et aides diverses : <http://www.inalco.fr/vie-campus/soutien-accompagnement>
- Bibliothèque universitaire des langues et civilisations (BULAC) : <https://www.bulac.fr>

Calendrier universitaire

Journée de pré-rentrée master : Jeudi 13 septembre

- 14h00-14h30 réunions des départements (cf. la salle sur le site de l'inalco)
- 15h30-17h00, réunion Master COCI, salle 4.17.

Début des cours : lundi 16 septembre 2019

Premier semestre : du 16 septembre au 21 décembre 2019.

Vacances d'automne : du 27 octobre au 3 novembre 2019.

Vacances de Noël : du 22 décembre 2019 au 5 janvier 2020.

Examens du premier semestre : du 6 au 18 janvier 2020.

Intersemestre : du 20 au 25 janvier 2020.

Deuxième semestre : du 27 janvier au 16 mai 2020.

Vacances d'hiver : du 16 au 23 février 2020.

Vacances de printemps : du 5 au 19 avril 2020.

Examens du second semestre : du 18 mai au 2 juin 2020.

Examens – 2^e session (rattrapage) : du 17 au 27 juin 2020

Organisation du cursus

Master 1	ECTS	Volume horaire
	60	
Semestre 7	30	
UE1 - Pratique avancée de la langue (PAL)	8	
se référer à votre brochure de langue		
UE2 - Spécialisation aréale	8	
se référer à votre brochure de langue		
UE3 - Spécialisation disciplinaire	8	
<p>Aires culturelles, communication et langage I : Tous les EC obligatoires Aires culturelles : approches théoriques et méthodologiques. Séminaire de recherche du master COCI. Corpus de données et recherches culturelles I. Communication internationale et interculturelle Écosystèmes de communication, sémiotique et analyse du discours I</p> <p>Communication, management et marketing dans un contexte multiculturel au niveau international, régional et local I Tous les EC obligatoires Marketing et communication en contexte interculturel et international I. Économie et métiers de la communication des organisations. La communication médias et hors-médias. Initiation pratique en communication des organisations : Études de cas I. Veille d'information et observatoire multilingue</p>		
UE4 - Méthodologie, outils et ouverture	6	
1 cours de méthodologie du stage professionnel + les cours du parcours COCI		
Méthodologie et aide à l'élaboration du projet professionnel Écosystèmes numériques communication I : Conception et développement web I Initiation à la conduite de projets multimédia I		
Semestre 8	30	
UE1 – Pratique avancée de la langue (PAL)	8	
se référer à votre brochure de langue		
UE2 - Spécialisation aréale	4	
se référer à votre brochure de langue		

UE3 - Spécialisation disciplinaire	4	
<p>Aires culturelles, communication et langage II. Tous les EC obligatoires Aires culturelles : approches théoriques et méthodologiques. Séminaire de recherche du master COCI Corpus de données et recherches culturelles II. Écosystèmes de communication, sémiotique et analyse du discours II</p> <p>Communication, management et marketing dans un contexte multiculturel au niveau international, régional et local II. Au choix : Option 1 ou Option 2 Option 1 « Communication & Marketing » : Marketing et communication en contexte interculturel et international II. Option 1 « Communication & Marketing » : Initiation pratique en communication des organisations. Études de cas II. Option 2 « Communication & Management » : Management international et interculturel I. Études de cas. Option 2 « Communication & Management » : Introduction pratique à la conception et conduite de projets interculturels.</p>		
UE4 - Méthodologie, outils et ouverture	4	
<p>Écosystèmes numériques communication II. Tous les EC obligatoires Conception et développement web II Environnements nomades et connectés I Initiation à la conduite de projets multimédia II.</p> <p>+ Présence obligatoire pour tous les étudiants de M1 LLCER : - au séminaire du Musée du quai Branly (05.03 – 06.03.2020) - au module de formation et de sensibilisation sur la question du plagiat organisé par la Bulac (janvier 2020)</p> <p>L'UE 4 ne peut être validée que si l'étudiant assiste à ces formations.</p>		
UE5 – Mémoire / stage	10	
Stage de 4 mois (min.) [à partir du 1er avril] et rapport de stage		

Master 2	ECTS	Volume horaire
	60	
Semestre 9	30	
UE1 – Pratique avancée de la langue	8	
se référer à votre brochure de langue		
UE2 - Spécialisation aréale	8	
se référer à votre brochure de langue		
UE3 - Spécialisation disciplinaire	8	
<p>Aires culturelles, communication et langage II. Tous les EC obligatoires Aires culturelles : approches théoriques et méthodologiques. Séminaire de recherche du master COCI. Corpus de données et recherches culturelles III. Conception et conduite de projets de communication.</p> <p>Communication, management et marketing dans un contexte multiculturel au niveau international, régional et local II. 1 cours commun aux deux options + au choix : Option 1 ou Option 2 Obligatoire pour les deux options : Personal branding. Option 1 « Communication & Marketing » : Marketing et communication en contexte interculturel et international III. Option 1 « Communication & Marketing » : Communication d'influence Option 1 « Communication & Marketing » : Veille économique et intelligence culturelle Option 2 « Communication & Management » : Montage et conduite de projets internationaux de coopération et de développement Option 2 « Communication & Management » : Management international et interculturel II. Etudes de cas Option 2 « Communication & Management » : Social advocacy et lobbying</p>		
UE4 - Méthodologie, outils et ouverture	6	
<p>Écosystèmes numériques communication III. Tous les EC obligatoires Conception et développement web III Environnements nomades et connectés II E-commerce et e-marketing Community management et e-reputation</p>		
Semestre 10	30	
UE1 – Mémoire / stage	30	
<p>Stage de 6 mois (min.) [à partir du début janvier de l'année universitaire et rapport de stage. Thèse professionnelle (= rapport de stage + étude de cas) et soutenance.</p>		

Descriptifs des enseignements

Master 1

Semestre 7

Aires culturelles : approches théoriques et méthodologiques. Séminaire de recherche du master COCI (Peter Stockinger, Louise Ouvrard)	
Descriptif	Séminaire de recherche du master COCI consacré à un travail à la fois théorique, méthodologique et pratique sur les notions de « culture » et d'« aires culturelles » en relation notamment avec les pratiques et activités de communication (quotidiennes ou spécialisées, privées ou publiques). Ce séminaire est programmé sur les trois semestres S7, S8 et S9 du master COCI. Le semestre S7 sera consacré à une discussion critique des deux notions de « culture » et d'« aire culturelle », aux approches théoriques et disciplinaires dominantes ainsi qu'à la prise en compte méthodologique et pratique d'une aire culturelle pour situer (localiser) une activité de communication.
Corpus de données et recherches culturelles I (Peter Stockinger, Louise Ouvrard)	
Descriptif	Programmé sur les trois semestres S7, S8 et S9 du master COCI, ce cours introduira les étudiants aux techniques de collecte, traitement, archivage et exploitation de données (linguistiques, textuelles, visuelles, audiovisuelles, sonores, ...) qui documentent une aire culturelle, une pratique sociale, un lieu, une époque. Le semestre S7 sera consacré plus particulièrement au montage concret des projets d'enquête et à la conduite d'une enquête photographique. Note : les projets menés dans le cadre de ce séminaire seront réalisés en étroite concertation avec les deux cours suivants : « Conception et développement web » (Odile Farge) et « Initiation à la conduite de projets multimédias » (Elisabeth de Pablo).
Communication internationale et interculturelle (Peter Stockinger)	
Descriptif	Ce séminaire propose une introduction générale aux grandes problématiques de la communication interculturelle tant au niveau global (entre différentes zones géopolitiques) qu'au niveau local (communication confinée, par exemple, sur une zone urbaine) ou régional (au niveau, par exemple, d'une région transfrontalière).
Écosystèmes de communication, sémiotique et analyse du discours I (Peter Stockinger)	
Descriptif	Ce séminaire est programmé sur les deux semestres S7 et S8 du master COCI. Il débutera en S7 par une introduction générale à l'écosystème de la communication des organisations sociales (entreprises, institutions publiques, collectivités territoriales, etc.), les enjeux et les principales techniques.
Marketing et communication en contexte interculturel et international I (Alain Forgeot)	
Descriptif	Définition du marketing/communication – marketing en entreprise ; Terminologie dans le domaine de l'entrepreneuriat/gestion de projet : business plan/business model/plan marketing ; Analyse d'une étude de marché/grands groupes et enjeux internationaux (exemple / xerfi ...) ; Introduction à la veille marketing/mise en

	place d'un tableau de veille ; Élaboration d'une démarche marketing sur une étude de cas/un projet.
	Économie et métiers de la communication des organisations (Elsa Couteiller)
Descriptif	Le cours dessinera un panorama général des différents métiers liés au secteur de la communication afin de donner une vision claire aux étudiants des chemins possibles après leur diplôme. Au fil du semestre, chaque étudiant pourra plus facilement se positionner par rapport au secteur et densifier sa culture professionnelle. Les objectifs du cours sont simples et concrets : comprendre le fonctionnement du secteur de la communication, découvrir les différents acteurs et postes clés du secteur de la communication, faire émerger des envies claires liées au secteur de la communication et prendre contact avec un professionnel de la communication pour aller au-delà des acquis théoriques.
	La communication médias et hors-médias (Constance Boris)
Descriptif	Ce cours proposera une introduction pratique à la communication médias et hors-médias, et présentera la façon dont ces deux types de communication sont intrinsèquement liés et complémentaires. Une attention particulière sera portée aux enjeux dans des contextes internationaux, interculturels et multilingues. Les nouvelles approches, l'automatisation et la digitalisation de ces métiers seront également mentionnées, ainsi que les opportunités et risques qu'elles présentent. Des cas concrets seront discutés et des exercices pratiques (rédaction de communiqués de presse, élaboration de plans de communication, constitution de kits de communication, etc.) seront donnés aux étudiant·e·s. Le cours se déroulera de manière collaborative, avec la participation active des élèves, des présentations de leur part et des évaluations croisées.
	Initiation pratique en communication des organisations : Études de cas I (Célia Delalande Rastoin)
Descriptif	Les étudiants travailleront sur des études de cas concrets, plu-média, inter culturelles et en groupe. Leur curiosité vis-à-vis de l'environnement médiatique leur permettra de proposer des approches stratégiques, pragmatiques, en cohérence avec l'écosystème des entreprises étudiées. Ils seront jugés sur leur capacité à justifier leurs choix, leur appétence à présenter correctement leurs sujets et leur originalité.
	Veille d'information et observatoire multilingue (David Cousquer)
Descriptif	Internet et les réseaux sociaux fournissent un très grand nombre d'informations et de données, sur une multitude de thématiques. L'objectif de la veille est de permettre de sélectionner l'information pertinente par rapport à une thématique personnelle ou professionnelle définie. La mise en place d'un observatoire, ou dispositif de veille thématique, est utile dans un travail de documentation, de marketing, de conseil ou d'analyse. En fin de cours les étudiants auront produit un numéro zéro d'un bulletin de veille, valorisable dans un contexte professionnel.
	Conception et développement web I (Odile Farge)
Descriptif	Ce cours a pour but d'acquérir des compétences techniques sur la publication en ligne. Ces techniques seront expérimentées à travers des exercices personnels et collectifs. Après un historique et aperçu des enjeux et problématiques liées à l'Internet et au Web, ce cours sera consacré à l'apprentissage des langages front-end (HTML/CSS) ainsi qu'une initiation au JS. Chaque étudiant réalisera un site Web de type « cv », utilisant le « responsive design », accessible et consultable en ligne, en relation avec le module d'Élisabeth de Pablo (Initiation à la conduite de projets multimédia), et qui viendra en soutien au module de Catherine Mathieu (Aide à la conception du projet professionnel).
	Initiation à la conduite de projets multimédia I (Élisabeth de Pablo)
Descriptif	Quel est le cycle de production d'un projet multimédia ? Quels sont les moyens nécessaires et les outils disponibles pour arriver à le concevoir ? Ce cours permettra de définir un projet (objectifs, cibles), mettre en place un cahier des charges. Il

	<p>permettra de s'initier et d'utilisation des logiciels appartenant à la suite Adobe (Indesign, Première) ou similaires en fonction des disponibilités.</p> <p>En relation avec le cours d'Odile Farge sur la conception et le développement web. Il s'agira d'accompagner le projet de réalisation du site web de différents autres produits multimédias utilisés régulièrement en communication pour venir appuyer ou renforcer une communication de type « produit ou événementiel ».</p> <p>Au cours de ce semestre, nous nous intéresserons aux produits qui peuvent être diffusés soit sous forme numérique (pdf sur le site) soit sous forme imprimée : flyers, dépliants, brochures ou encore affiches.</p> <p>Une approche à la conception-réalisation de petits objets multimédias (vidéos) sera également donnée et un produit vidéo de 2 mn sera finalisé.</p>
--	---

Master 1

Semestre 8

	<p>Aires culturelles : approches théoriques et méthodologiques. Séminaire de recherche du master COCI (Thomas Szende)</p>
Descriptif	<p>Séminaire de recherche du master COCI consacré à un travail à la fois théorique, méthodologique et pratique sur les notions de « culture » et d'« aires culturelles » en relation notamment avec les pratiques et activités de communication (quotidiennes ou spécialisées, privées ou publiques). Le semestre S8 sera consacré à une découverte des recherches récentes autour des pratiques d'appropriation et de transmission des cultures étrangères, interrogeant des concepts tels que distance, altérité, connotation, imaginaire, politesse, intuition idiomatique, compétence symbolique, sensibilité culturelle ... Au-delà des règles phonétiques et morpho-syntaxiques, une langue s'apprend aussi par tous ses éléments pré-codés, préférés et maîtrisés spontanément par le locuteur natif dans son existence quotidienne ; or ce qui est naturel dans une langue peut devenir troublant dans une autre. Afin de mettre en perspective les rapports complexes entre choix linguistiques et règles collectives intériorisées, les séances prennent appui sur l'univers de représentations de chaque participant, l'objectif étant de placer l'étudiant en situation d'expert des rituels et stéréotypes qui peuplent sa mémoire culturelle, discursive et interactionnelle.</p>
	<p>Corpus de données et recherches culturelles II (Peter Stockinger, Louise Ouvrard)</p>
Descriptif	<p>Programmé sur les trois semestres S7, S8 et S9 du master COCI, ce cours introduira les étudiants aux techniques de collecte, traitement, archivage et exploitation de données (linguistiques, textuelles, visuelles, audiovisuelles, sonores, ...) qui documentent une aire culturelle, une pratique sociale, un lieu, une époque. Le semestre S8 sera consacré plus particulièrement à la conduite d'une enquête audiovisuelle (vidéo ; son).</p> <p>Note : les projets menés dans le cadre de ce séminaire seront réalisés en étroite concertation avec les deux cours suivants : « Conception et développement web » (Odile Farge) et « Initiation à la conduite de projets multimédias » (Elisabeth de Pablo).</p>
	<p>Écosystèmes de communication, sémiotique et analyse du discours II (Peter Stockinger)</p>
Descriptif	<p>Ce séminaire est programmé sur les trois semestres (S7, S8, S9) du master COCI. Le semestre S8 sera dédié à une présentation synthétique des techniques d'analyse sémiotique (et culturelle) de supports visuels et audiovisuels de communication ainsi qu'à l'analyse à proprement parler de ces supports.</p>

	Marketing et communication en contexte interculturel et international II (Alain Forgeot)
Descriptif	Complément de la démarche marketing sur l'étude de cas/projet du 1er semestre dans un contexte innovation marketing/startup ; Mix marketing : les 4P et autres approches (SAVE, TOMSTER, ...) analyse articles (international / anglais) ; Marketing amont/conception de produit : rôle du marketing/étude de cas, histoire de marques/recherche et comparaison dans différents pays ; La démarche d'innovation marketing Blue Ocean Strategy ; Transition digitale/stratégie digitale dans les entreprises ; Web marketing / data marketing : définir un mix marketing digital / mix marketing omnicanal
	Marketing et communication en contexte interculturel et international I (Célia Delalande Rastoin)
Descriptif	Les étudiants travailleront sur des études de cas concrets, plu-média, inters culturels et en groupe. Leur curiosité vis-à-vis de l'environnement médiatique leur permettra de proposer des approches stratégiques, pragmatiques, en cohérence avec l'écosystème des entreprises étudiées. Ils seront jugés sur leur capacité à justifier leurs choix, leur appétence à présenter correctement leurs sujets et leur originalité.
	Management international et interculturel I. Études de cas (Morgan Marchand)
Descriptif	Ce cours explore de manière concrète et pragmatiques les enjeux culturels dans la coopération d'équipes internationales, le management et la conduite de projets en contexte multiculturel. A travers des études de cas et des ateliers de mise en situation, il constitue une introduction aux différents aspects du management interculturel dans une diversité de secteurs et d'environnements.
	Introduction pratique à la conception et conduite de projets interculturels (Iris Prifti)
Descriptif	Introduction sur les politiques de coopération internationale mises en œuvre par la Commission européenne et les Nations unies : présentation des instruments financiers de coopération internationale et des agences européennes qui mettent en œuvre des projets de coopération (pour information, la Commission européenne dispose de plusieurs instruments de financements selon la zone géographique ou la thématique, par exemple, Instrument de Préadhésion (IPA) est applicable pour financer des projets de coopération seulement dans les Balkans, etc.)
	Conception et développement web II (Odile Farge)
Descriptif	Ce cours a pour objectif de faire acquérir des compétences techniques sur la publication en ligne. Ces techniques seront expérimentées à travers des exercices personnels et collectifs. Durant ce second semestre, seront abordées les problématiques de la publication en ligne, en proposant une méthodologie de conception de sites Web. En relation avec le cours d'Élisabeth de Pablo (Initiation à la conduite de projets multimédia), les étudiants auront pour mission de réaliser un site concret avec l'outil WordPress autour de la thématique développée dans le séminaire de Mme Ouvrard et Mr Stockinger (Corpus de données).
	Environnements nomades et connectés I (Alexandre Arcouteil)
Descriptif	Internet et les réseaux sociaux fournissent un très grand nombre d'informations et de données, sur une multitude de thématiques. L'objectif de la veille est de permettre de sélectionner l'information pertinente par rapport à une thématique personnelle ou professionnelle définie. La mise en place d'un observatoire, ou dispositif de veille thématique, est utile dans un travail de documentation, de marketing, de conseil ou d'analyse. En fin de cours les étudiants auront produit un numéro zéro d'un bulletin de veille, valorisable dans un contexte professionnel.
	Initiation à la conduite de projets multimédia II (Élisabeth de Pablo)
Descriptif	Quel est le cycle de production d'un projet multimédia ? Quels sont les moyens nécessaires et les outils disponibles pour arriver à le concevoir ? Ce cours permettra

	<p>de définir un projet (objectifs, cibles), mettre en place un cahier des charges. Il permettra de s'initier et d'utiliser des logiciels appartenant à la suite Adobe (Indesign, Première) ou similaires en fonction des disponibilités.</p> <p>En relation avec le cours d'Odile Farge sur la conception et le développement web. Il s'agira d'accompagner le projet de réalisation du site web de différents autres produits multimédias utilisés régulièrement en communication pour venir appuyer ou renforcer une communication de type « produit ou événementiel ».</p> <p>Au cours de ce semestre, nous passerons à la réalisation de produits audiovisuels à diffusion numérique. Le sujet des vidéos pourra être défini en fonction des actions des services internes ou des départements de l'Inalco. Pré-production, tournage, post-production seront abordés avant la réalisation et la diffusion du produit.</p>
--	--

Master 2

Semestre 9

	Aires culturelles : approches théoriques et méthodologiques. Séminaire de recherche du master COCI (Peter Stockinger, Louise Ouvrard)
Descriptif	Séminaire de recherche du master COCI consacré à un travail à la fois théorique, méthodologique et pratique sur les notions de « culture » et d'« aires culturelles » en relation notamment avec les pratiques et activités de communication (quotidiennes ou spécialisées, privées ou publiques). Le semestre S9 sera consacré à la présentation et la discussion de thèmes choisis, relevant des dernières recherches sur les aires culturelles et en relation avec la communication.
	Corpus de données et recherches culturelles III (Peter Stockinger, Louise Ouvrard)
Descriptif	<p>Programmé sur les trois semestres S7, S8 et S9 du master COCI, ce cours introduira les étudiants aux techniques de collecte, traitement, archivage et exploitation de données (linguistiques, textuelles, visuelles, audiovisuelles, sonores, ...) qui documentent une aire culturelle, une pratique sociale, un lieu, une époque.</p> <p>Le semestre S9 sera consacré plus particulièrement à la conduite de projets d'édition et de valorisation de données (visuelles, audiovisuelles, ...) collectées pendant la première année du master.</p> <p>Note : les projets menés dans le cadre de ce séminaire seront réalisés en étroite concertation avec les deux cours suivants : « Conception et développement web » (Odile Farge) et « Initiation à la conduite de projets multimédias » (Elisabeth de Pablo).</p>
	Conception et conduite de projets de communication (Peter Stockinger)
Descriptif	Ce cours est consacré à une discussion des principales étapes et activités de conception et de mise en œuvre d'une campagne de communication (= plan de communication) : définition des objectifs d'un projet ; description du cadre d'un projet ; design d'une campagne de communication ; mise en œuvre d'une campagne ; évaluation d'une campagne ; question de gestion d'un projet.
	Personal branding (Elsa Couteiller)
Descriptif	"Personal branding" ou marque personnelle en français, c'est la stratégie qui vous permettra de designer l'idée claire, forte et positive qui vient à l'esprit des personnes quand elles pensent à vous. Pour cela il faut mieux se connaître, mieux se faire connaître et mieux se faire reconnaître. Créer sa marque personnelle prend du temps et se construit sur le long terme. Et la confiance en soi en est la clé. Ce cours a pour but de faire comprendre aux étudiants les enjeux du personal

	branding pour leur insertion professionnelle, de connaître les outils du personal branding et d'élaborer une stratégie personnelle afin de la mettre en place avant leur recherche de stage et d'emploi.
	Marketing et communication en contexte interculturel et international III (Alain Forgeot)
Descriptif	Lean Startup/marketing et communication dans le contexte des startups et innovation marketing ; Atelier Design Thinking sur un appel à projet international/ élaboration des éléments clés d'une réponse et application d'un plan de communication et application d'une démarche marketing ; Élaboration d'outils méthodologiques pour présenter les aspects interculturels ; Rédaction d'un article autour d'un sujet de veille en transition numérique et community management.
	Communication d'influence (Adeline Fogel)
Descriptif	Introduction/présentation du domaine des relations publiques, des différentes techniques, des principaux métiers ; études de cas concrets ; méthodologie d'élaboration d'une politique de relations publiques ; études de cas et réalisation de mini-projets concrets.
	Veille économique et intelligence culturelle (Jean-Philippe Eglinger)
Descriptif	Les récentes évolutions et surtout l'accélération de l'utilisation des nouvelles technologies de l'information et de la globalisation qui paradoxalement s'accompagne d'une résurgence des pratiques locales, font que les activités/métiers du marketing interculturel connaissent une forte transformation ces dernières années. Contexte et enjeux : Stratégie et développement international des entreprises : les enjeux interculturels Théories et outils : La culture comme système de sens : les approches interprétativistes Recherches actuelles en management interculturel : problématiques et perspectives Applications et situations : Marketing interculturel et modes de consommation : études de cas (Négociation interculturelle : cas et mises en situation Les formations en management interculturel : exemples et mises en situation
	Montage et conduite de projets internationaux de coopération et de développement (Iris Prifti)
Descriptif	Cas pratiques de montage et de suivi de projets de coopération
	Management international et interculturel II. Etudes de cas (Jean-Philippe Eglinger)
Descriptif	Introduction à la réalité professionnelle du management de projets/d'équipes au niveau international et dans un contexte interculturel et multilingue : acteurs de ce domaine, approches, opportunités professionnelles, ...
	Social advocacy et lobbying (Sophie Lakdhar)
Descriptif	Le plaidoyer constitue pour les associations et organisations de solidarité internationale (OSI) un mode d'actions afin de porter une cause à travers une parole publique ciblée vers les représentants des institutions publiques. Ces actions sont mises en place par ces différents acteurs afin d'impacter sur les politiques publiques en faveur des communs et de l'intérêt général. Initialement développées par les ONG dites « humanitaires » dans les années 60/70, c'est aujourd'hui un mode d'actions qui s'est structuré, formalisé au sein d'équipes de plaidoyer internes aux organisations.
	Conception et développement web III (Odile Farge)
Descriptif	Ce cours permettra d'acquérir des compétences techniques sur la publication en ligne. Ces techniques seront expérimentées à travers des exercices personnels et collectifs. Avec les pré-requis des semestres S7 et S8, les étudiants seront initiés à

	la programmation et aux bases de données (PHP/MySQL). Une introduction aux API par une mise en application d'exemples concrets leur permettra in fine d'être autonomes et forces de proposition, dans la conception et le développement Web.
	Environnements nomades et connectés II (Alexandre Arcouteil, Nicolas Prêteceille)
Descriptif	Dans le nouveau paradigme digital actuel, l'Internet des Objets et l'exploitation efficace de la data deviennent incontournables pour rester concurrentiel ; les opportunités offertes sont légions et sont sources de bénéfices. Néanmoins, de nombreux risques protéiformes prolifèrent et il est indispensable de les maîtriser pour les minimiser.
	E-commerce et e-marketing (Audrey Daniel)
Descriptif	Objectifs : Comprendre les enjeux du marketing digital ainsi que ses techniques et outils. Définition et enjeux du marketing digital : problématiques et spécificités, chiffres clés du secteur, budgets, KPI et ROI, plan marketing et communication multicanal ; Panorama des outils et des techniques : - stratégie de référencement des sites internet et des applications : SEO, NDD, Google My Business, SEA, SMO, SEM ; - marketing publicitaire : display, RTB, mobile, retargeting, Facebook ads, affiliation, landing pages ; - recrutement et animation : e-mailings, jeux concours, partenariats ; - content et inbound marketing ; - problématiques réglementaires en marketing ; - suivi des indicateurs de performance En pratique : - la formation continue ; - les acteurs et les agences ; - les métiers du marketing digital
	Community Management et e-reputation (Gaëtan Le Feuvre)
Descriptif	L'objectif de ce cours est d'appréhender les métiers des réseaux sociaux (community manager, social media editor) et de maîtriser les enjeux liés à l'e-réputation. En partant d'un panorama des médias sociaux aujourd'hui, leur histoire, leurs usages, nous explorerons les principales missions du social media manager : publication, modération et animation d'une communauté, veille, mobilisation... Nous verrons comment le community management fait appel à un large panel d'outils et s'inscrit en interaction avec les autres métiers de la communication, notamment dans un environnement international. Nous étudierons pour cela plusieurs cas dans le secteur associatif, humanitaire et des médias. La gestion de son e-réputation (personnelle, professionnelle) sera aussi abordée.