

**DSC : COMMUNICATION INTERNE / EXTERNE –
INFORMATION – MULTIMEDIA – TECHNOLOGIE DE LA
COMMUNICATION – COMMUNICATION POLITIQUE –
COMMUNICATION TERRITORIALE**

1986

GALLOY (Sophie).- *Identité d'entreprise : le cas Valeo. VALEO. 1986. Mention : Très bien.* **DSC
1986
01**

1987

ZAHM (Olivier).- *Essai sur la communication de l'Édition : étude d'image des éditions Jean-Claude Lattès. JEAN.-CLAUDE LATTÈS / SERVICE DE PRESSE. 1987. Mention : Très bien.* **DSC
1987
01**

1988

BOURNEL (Michèle).- *La communication d'entreprise : vers une gestion stratégique ? INSTITUTION DE PRÉVOYANCE DE LA CAISSE DES DÉPÔTS ET CONSIGNATIONS. 1988. Mention : Très bien.* **DSC
1988
01**

TAGAND (Andréane).- *Étude sur l'édition et ses relations avec la librairie : vers une définition de la communication éditoriale. ÉDITIONS ALBIN MICHEL. 1988. Mention : Très bien.* **DSC
1988
02**

1994

JAMET (Chantal).- *La réhabilitation du politique et le rapprochement de l'élu et du citoyen : vers une communication renouvelée. CENTRE DES DÉMOCRATES SOCIAUX. 1994. Mention : Très bien.* **DSC
1994
04**

1995

PEPE (Sophie).- *Le mécénat solidarité : la bonne conscience des entreprises. UAP. 1995. Mention : Très bien.* **DSC
1995
05**

Les mémoires en *italique* sont à demander aux bibliothécaires.

JOUFFROY (Florence).- *PME et communication corporate : le rôle de l'entrée d'un investisseur financier dans le capital : le cas 3i. INVESTORS IN INDUSTRY. 1995. Mention : Très bien.* **DSC 1995 23**

SIX (Muriel).- *La communication relative au tri à la source des déchets ménagers : des motivations écologiques aux implications sociales : l'exemple du Jura. 1995. Mention : Très bien.* **DSC 1995 24**

1996

DIOH (Barthélémy).- *La communication mairies - usagers : vers une dimension stratégique de l'accueil ? AULNAY-SOUS-BOIS. MAIRIE, NANCY. POITIERS. MAIRIE. 1996. Mention : Très bien.* **DSC 1996 26**

TROCHU (Benoît).- *Le recensement : une communication nationale ou communale ? SIRPA / DCSN. 1996. Mention : Très bien.* **DSC 1996 39**

MERCIER (Michèle).- *Modernisation du Service public : le rôle de la communication dans le rapprochement entre la mairie et le citoyen. MAIRIE LIVRY-GARGAN / COMMUNICATION. 1996. Mention : Très bien.* **DSC 1996 41**

1997

MOCH (Patricia).- *La communication interculturelle : défi et opportunité : comment parler de communication globale réussie dans une multinationale ? RHONE-POULENC RORER. 1997. Mention : Très bien.* **DSC 1997 02**

ABITBOL, épouse GLASS (Régine).- *L'Internet, nouveau vecteur de la communication financière. SOCIÉTÉ DES BOURSES FRANÇAISES (SBF) / CHRONOBOURSE. 1997. Mention : Très bien.* **DSC 1997 09**

LE GOHEBEL, épouse JACOB (Anne).- *L'école élémentaire : un média pour communiquer avec les enfants. 1997. Mention : Très bien.* **DSC 1997 37**

GENDRE-PETER (Anne-Marie).- *Le cinquantenaire de l'Institut National de la Recherche Agronomique : la communication interne entre l'institution et les unités de recherche. INRA. 1997. Mention : Très bien.* **DSC 1997 38**

1998

NOËL-COTSIOMITIS (Elyane).- *La communication interne et le management de proximité, au service du changement : le cas de La Poste. LA POSTE / DÉLÉGATION ÎLE-DE-FRANCE. 1998. Mention : Très bien.* **DSC 1998 05**

Les mémoires en *italique* sont à demander aux bibliothécaires.

GUGGINO (Stéphane).- *La communication des conseils généraux dans le domaine de la lutte contre l'enfance maltraitée : étude sur le département de l'Isère.* CONSEIL GÉNÉRAL DE L'ISÈRE / SERVICE COMMUNICATION. 1998. Mention : Très bien. **DSC 1998 09**

LEBORGNE (Guillaume).- *Comment et avec quels effets, les différents acteurs municipaux prennent-ils part à la définition et à l'organisation du carnaval de Dunkerque à des fins communicationnelles ?* COMITÉ DU BASSIN D'EMPLOI (DUNKERQUE) / DÉPARTEMENT COMMUNICATION. 1998. Mention : Très bien. **DSC 1998 11**

FAUCIGNY (Anne-Sophie de).- *La communication identitaire transfrontalière comme axe de développement territorial : l'exemple de Perpignan à Barcelone.* DÉLÉGATION DE LA VILLE DE PERPIGNAN À BARCELONE. 1998. Mention : Très bien. **DSC 1998 12**

1999

ZIMMERMANN (Marie-Jeanne).- *Communication territoriale et dimension électorale : le cas de la Champagne-Ardenne et de l'Île-de-France lors des régionales de 1998.* CONSEIL RÉGIONAL DE CHAMPAGNE-ARDENNE. 1999. Mention : Très bien. **DSC 1999 04**

BECHU (Dominique).- *L'affaire de la « vache folle » : d'une communication mal menée à la genèse d'une crise...* ÉCOLE NATIONALE VÉTÉRINAIRE DE TOULOUSE. 1999. Mention : Très bien. **DSC 1999 12**

GRIFFON, épouse TOURET-JEANNE (Anne).- *Quelle communication pour quelle fusion d'entreprises ?* 1999. Mention : Très bien. **DSC 1999 14**

FOUQUE (Pascale).- *Le tramway : au cœur d'un système de représentations multiples : l'exemple du tramway Saint-Denis – Bobigny dans ses usages symboliques et politiques.* 1999. Mention : Très bien. **DSC 1999 18**

ROGINSKY (Sandrine).- *Une approche des représentations et des images de l'institution carcérale à partir de l'étude des prisons pour mineurs : à la recherche d'une autre communication pour l'administration pénitentiaire.* 1999. Mention : Très bien. **DSC 1999 25**

ANDRE (Christine).- *Les exercices de sécurité nucléaire : au risque de la communication.* 1999. Mention : Très bien. **DSC 1999 27**

PALEYRIE (Patricia).- *Filmer l'entreprise : la diffusion des productions audiovisuelles de l'entreprise.* AIRBUS INDUSTRIE / COMMUNICATION. 1999. Mention : Très bien. **DSC 1999 29**

LA BOURDONNAYE (Anne-Isabelle de).- *La rage de l'air : un défi de communication sans précédent pour les compagnies aériennes.* 1999. Mention : Très bien. **DSC 1999 30**

Les mémoires en *italique* sont à demander aux bibliothécaires.

2000

- THUONG-HIME (Emmanuelle).*- *La fonction communication dans les musées d'art en Île-de-France.* 2000. Mention : Très bien. **DSC
2000
03**
- HENRY (Jean-Philippe).*- *Trop d'éthique pour être au Net ? : la collecte de fonds à vocation philanthropique sur Internet.* PLANET FINANCE. 2000. Mention : Très bien. **DSC
2000
30**
- PFAFF (Anne).*- *Quelle stratégie de communication dans une entreprise soumise à des règles de confidentialité ? : le cas du Technocentre Renault.* RENAULT / TECHNOCENTRE / COMMUNICATION / RELATIONS PUBLIQUES ET IMAGE. 2000. Mention : Très bien. **DSC
2000
40**
- LUC (Marie-Hélène).*- *L'opération Diaspora Rochelaise : entre communication identitaire et développement local.* CABINET DU MAIRE DE LA ROCHELLE.. 2000. Mention : Très bien. **DSC
2000
41**

2001

- CUNEY (Sandrine).*- *Le rôle de l'Intranet groupe dans l'articulation entre le global et le local : étude sur la possibilité d'intégration au travers de l'Intranet groupe : les cas Atos Origin, General Electric et Pinault-Printemps-La Redoute.* 2001. Mention : Très bien. **DSC
2001
03**
- FIORI (Claire).*- *La médiation à EDF : d'une nouvelle attitude envers le client à une tentative de redéfinition de rôle de l'entreprise publique.* EDF / DIRECTION DE LA COMMUNICATION. 2001. Mention : Très bien. **DSC
2001
06**
- GAJAN (Sophie).*- *La communication interne, outil de dépassement du management : un événement interne moteur du changement : l'exemple des journées de la Net compagnie chez France Télécom France.* FRANCE TÉLÉCOM / BRANCHE DÉVELOPPEMENT / DIRECTION INTERNE. 2001. Mention : Très bien. **DSC
2001
09**
- DELAVENNE (Virginie).*- *Les facteurs-clés de succès de la démarche Intranet dans l'entreprise.* 2001. Mention : Très bien. **DSC
2001
21**
- KELLER (Aurélie).*- *L'identité européenne du groupe EADS, European Aeronautic Defence and Space company.* EADS / CORPORATE COMMUNICATION. 2001. Mention : Très bien. **DSC
2001
24**
- BOULARD (Anne-Sophie).*- *Développement aéroportuaire et environnement : un contrat insoutenable ? : une approche de la problématique d'insertion des aéroports dans leur environnement naturel et humain au travers de l'analyse des relations entre l'aéroport de Lyon – Saint-Exupéry et ses riverains.* AÉROPORT DE LYON – SAINT-EXUPÉRY / DIRECTION DU DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE ET DE L'ENVIRONNEMENT. 2001. Mention : Très bien. **DSC
2001
25**

Les mémoires en *italique* sont à demander aux bibliothécaires.

MASSERON (Christine).- *La nouvelle répartition des rôles entre laboratoires pharmaceutiques, prescripteurs et patients : quand Internet devient un outil de communication à l'usage des patients.* 2001. Mention : Très bien. **DSC
2001
28**

2002

MAZE (Christine).- *Les dessous de l'engagement citoyen : le cas RATP et sa politique de prévention urbaine.* 2002. Mention : Très bien. **DSC
2002
04**

BACONNIER (Estelle).- *Le rapport général, une publication révélatrice des difficultés de communication de la commission européenne.* COMMISSION EUROPÉENNE / SECRÉTARIAT GÉNÉRAL. 2002. Mention : Très bien. **DSC
2002
14**

THERSEN-VANDERMERSCH (Marie).- *Policer la police nationale : les enjeux d'une communication renouvelée.* MINISTÈRE DE L'INTÉRIEUR / SERVICE DE L'INFORMATION ET DES RELATIONS PUBLIQUES / UNITÉ POLICE. 2002. Mention Très bien. **DSC
2002
24**

BEAUDOIN (Guillemette).- *Rapprocher l'Europe des citoyens : le rôle de « PRINCE » dans la politique d'information et de communication de l'Union européenne.* PARLEMENT EUROPÉEN / BUREAU D'INFORMATION POUR LA FRANCE. 2002. Mention : Très bien. **DSC
2002
27**

GATEL (Maud).- *La communication de la Commission européenne dans le domaine des fonds culturels.* CABINET DU COMMISSAIRE EUROPÉEN EN CHARGE DE LA POLITIQUE RÉGIONALE ET DE LA RÉFORME DES INSTITUTIONS. 2002. Mention : Très bien. **DSC
2002
29**

PECHON (Anne).- *L'Art en jeu au Centre Pompidou : de l'instrumentation de la médiation à l'instrumentalisation du jeune public.* 2002. Mention : Très bien. (2 volumes) **DSC
2002
34**

GENDRAUD (Cécile).- *Vers une stratégie numérique pour la police nationale à l'heure d'internet : quel contrat de communication publique pour quelles finalités de service public ?* 2002. Mention : Très bien. **DSC
2002
37**

PROU (Véronique).- *Les postures citoyennes de l'entreprise sur les supports numériques : ou comment l'entreprise associe les fonctionnalités Internet à l'énonciation de son e-citoyenneté.* 2002. Mention : Très bien. **DSC
2002
41**

BOUTHINON-POURRAT (Béatrice).- *Service public et ouverture à la concurrence : la stratégie de communication d'EDF : de l'impératif concurrentiel d'EDF à la satisfaction des missions de service public : le positionnement et l'ambition de la communication autour de la notion de service public dans la stratégie du groupe d'EDF.* 2002. Mention : Très bien. **DSC
2002
45**

Les mémoires en italique sont à demander aux bibliothécaires.

2003

- PELPEL-GIRARD (Perrine).- Des chaînes de distribution aux chaînes de communication, cherchez l'euro... : Retour sur une opportunité commerciale atypique : le passage à la monnaie unique. 2003. Très bien.* **DSC
2003
02**
- VILLARD (Rémi).- Ce nucléaire qu'on nous montre : la communication de l'industrie nucléaire civile fait sa révolution. 2003. Mention : Très bien.* **DSC
2003
03**
- BESANCON (Luc).- La communication sur le risque vaccinal par les autorités de santé : une vision internationale. 2003. Mention : Très bien.* **DSC
2003
08**
- BERTAUDIÈRE (Emmanuelle).- Vers une nouvelle dynamique de la relation territoire-entreprise : l'exemple du Pays de Galles. OGILVY. 2003. Mention : Très bien.* **DSC
2003
10**
- SENICOURT (Cécile Thérèse).- Le festival comme outil de communication politique : un idéal-type : le Festival international de la Ville à Créteil (1999-2002). VILLE DE CRÉTEIL / ASSOCIATION POUR LA PROMOTION DU FESTIVAL INTERNATIONAL. 2003. Mention : Très bien.* **DSC
2003
11**
- PLANCHAND (Mélanie).- La communication du risque : l'exemple d'Atofina. ATOFINA. DIRECTION DE LA COMMUNICATION. 2003. Mention : Très bien.* **DSC
2003
13**
- GÜTTER (Katerina).- Communiquer pour l'élargissement : la stratégie de la Commission européenne à l'égard des pays candidats de l'Europe centrale. 2003. Mention : Très bien.* **DSC
2003
17**
- VERGER (Olivia).- Reporting et communication sur la responsabilité sociétale : enjeux et recherche d'indicateurs : champ d'étude appliqué aux grandes entreprises françaises. 2003. Mention : Très bien.* **DSC
2003
18**
- ARISTEGUIETA (Sophie).- Communication-stratégie : comment évaluer le statut stratégique de la fonction communication ? : réflexion autour du mode d'évaluation Cap Gemini Ernst & Young, un cas exemplaire. 2003. Mention : Très bien.* **DSC
2003
21**
- FESSAN (Anne).- Communication de crise au Consulat Général de France à Hong Kong : l'épidémie du SRAS du printemps 2003. 2003. Mention : Très bien.* **DSC
2003
22**
- COUTANCEAU (Émilie).- Les enjeux de la régionalisation du transport ferroviaire voyageurs. 2003. Mention : Très bien.* **DSC
2003
24**

Les mémoires en *italique* sont à demander aux bibliothécaires.

DOBICHE (Chloé).- *Comment un territoire en crise devient un laboratoire du développement territorial : l'exemple paradoxal du territoire de la Plaine Saint-Denis. PLAINE COMMUNE / COMMUNAUTÉ D'AGGLOMÉRATION. 2003. Mention : Très bien.* **DSC 2003 25**

MONTANERT (Sabrina).- *La communication sur le développement durable de la Compagnie Nationale du Rhône : faire sens et être visible dans un contexte concurrentiel. MÉDIACITÉ. 2003. Mention : Très bien.* **DSC 2003 26**

MONOD (Cécile).- *Informers sur les risques industriels : de la sensibilisation à la participation : du secret industriel à la transparence ou l'émergence d'un citoyen autonome et responsable, acteur de la gestion des risques industriels. ATOFINA / JARRIE. 2003. Mention : Très bien.* **DSC 2003 27**

DALIFARD (Shahira).- *La rencontre assistée par ordinateur : analyse du contexte d'émergence et du contrat de communication des sites Web français de rencontre amoureuse : le site Meetic.fr et ses challengers. 2003. Mention : Très bien.* **DSC 2003 33**

2004

MAZIEUX (Anne de).- *Comment dire le nucléaire ? : formes et enjeux de la communication de proximité au sein du Commissariat de l'énergie atomique. 2004. Mention : Très bien.* **DSC 2004 01**

GROS (Dominique).- *Mutation ou fin des intermédiaires ? Les incidences médiatiques des nouveaux espaces de vente de livres en ligne sur le métier de libraire : vers une proposition libraire de refonte de l'espace livre du site Fnac. 2004. Mention : Très bien.* **DSC 2004 06**

GAUBIAC épouse JAMET (Anne-Lucile).- *L'Intranet sous toutes les cultures : les stratégies éditoriales des écrits d'écran dans un contexte de managérialisation du multiculturalisme : le cas du Groupe EDF. EDF R&D. 2004. Mention : Très bien.* **DSC 2004 12**

GULEI-JAN (Oana).- *L'émergence des nouveaux modèles de gestion de contenus en entreprise : opportunités et menaces pour la fonction de e-communication : cas d'étude : exploration préliminaire au projet de création d'un pôle contenus institutionnel transversal Internet / Intranet au Crédit Agricole Indosuez. 2004. Mention : Très bien.* **DSC 2004 15**

BENIGNI (Elina).- *Enjeux d'image et de rayonnement : la culture australienne en France : quelle communication pour quelle culture ? 2004. Mention : Très bien.* **DSC 2004 16**

FLEVIN (Magali). - *Brouillage, pluralité et confusion de l'image : le cas du Parc de la Villette (Etablissement Public du Parc et de la Grande Halle de la Villette). PARC DE LA VILLETTE / PARTENARIATS MÉDIAS ET PUBLICITÉ. 2004. Mention : Très bien.* **DSC 2004 17**

FRANCOIS (Erwan).- *Communication numérique et démocratie locale : vers une adaptation éditoriale et stratégique des sites Web institutionnels des conseils régionaux à leur cible grand public : l'exemple de la communication numérique du conseil régional d'Île-de-France vers les citoyens franciliens. 2004. Mention : Très bien.* **DSC 2004 19**

Les mémoires en italique sont à demander aux bibliothécaires.

<i>RAZET (Patrice).- Communiquer sur la complexité : la Documentation française : entre mission de Service Public et activités à caractère commercial. 2004. Mention : Très bien.</i>	DSC 2004 21
<i>ADLER (Danièle).- Risque et réputation : comment construire une communication de la confiance ? : étude des cas Royal Dutch / Shell, D'Herbalife et de Buffalo Grill. EDELMAN / DÉPARTEMENT CORPORATE. 2004. Mention : Très bien.</i>	DSC 2004 24
<i>PITOUN (Joanna).- Quand voyager rime avec danger : comment promouvoir sous la menace le tourisme d'une ville du terrorisme ? : l'exemple de Tel Aviv. CONSULAT DE FRANCE / TEL AVIV. 2004. Mention : Très bien.</i>	DSC 2004 25
<i>COSTES (Florian).- La stimulation de crise : outil d'apprentissage de la gestion de crise et vecteur de communication pour les organisations. 2004. Mention : Très bien.</i>	DSC 2004 26
<i>PERROT (Anne-Gaëlle).- La communication autour des relations de cinéma Jeune Public : comment la réponse à un problème de société devient une opportunité de communication. 2004. mention : Très bien.</i>	DSC 2004 28
<i>FILLIOL (Camille).- La communication touristique : quelle place pour l'éthique ? 2004. Mention : Très bien.</i>	DSC 2004 30
<i>MICHEL épouse CHARAUDEAU (Marie-Odile).- Quelles sont les interactions entre les flux numériques et la modernisation des organisations publiques ? APROGED. 2004. Mention : Très bien.</i>	DSC 2004 35
<i>LIPINER (Laurent).- La communication numérique des producteurs de musique et l'évolution de leurs relations à leurs publics face à l'affirmation du peer-to-peer : quelle offre communicationnelle, éditoriale et technique pour quels usages attendus ? 2004. Mention : Très bien.</i>	DSC 2004 36
<i>JACQUIN (Clément).- La lutte des intermittents du spectacle : analyse d'une communication révoltée. 2004. Mention : Très bien.</i>	DSC 2004 37

2005

<i>GUTIERREZ (Stéphanie).- La signalétique urbaine de chantier au service d'une redéfinition des rapports entre l'institution publique et le citoyen : les exemples des chantiers de Paris Rive Gauche, du tramway de Caen et du projet Euroméditerranée de Marseille. 2005. Mention : Très bien.</i>	DSC 2005 01
<i>DRULLION (Kristine).- Les ONG : nouvelles sentinelles de la réputation des entreprises. TBWA / CORPORATE. 2005. Mention : Très bien.</i>	DSC 2005 06

Les mémoires en *italique* sont à demander aux bibliothécaires.

AUCHER (Anne-Laure).- <i>Le Crédit Agricole ou les deux visages du capital : performance capitaliste vs capital image mutualiste. CRÉDIT AGRICOLE. 2005. Mention : Très bien.</i>	DSC 2005 07
REYNIE (Corinne).- <i>La démocratie participative aujourd'hui : impulsion démocratique ou question de dispositif ? : l'exemple du conseil municipal interactif d'Issy-les-Moulineaux. 2005. Mention : Très bien.</i>	DSC 2005 08
GUEORGUIEV (Sonia).- <i>Développement durable et communication commerciale : la communication de développement durable chez Ciments Calcia : de la contrainte à l'opportunité commerciale. 2005. Mention : Très bien.</i>	DSC 2005 09
BENOIT (Charlotte).- <i>Éthique et opinion publique : la médiatisation des avis du Comité Consultatif National d'Éthique : l'exemple de la médiatisation de l'avis n° 87. 2005. Mention : Très bien.</i>	DSC 2005 10
POUYAT (Catherine).- <i>Le produit, un outil de communication interne ? : la « communication produit » dans la stratégie de communication interne chez Celio. CELIO. 2005. Mention : Très bien.</i>	DSC 2005 15
SONTAG (Pascal).- <i>L'anniversaire d'entreprise, occasion stratégique de communication : l'exemple des vingt ans de la chaîne CANAL+. CANAL+. 2005. Mention : Très bien.</i>	DSC 2005 16
ZEILIGER (Anaïs).- <i>Gérer la transfrontalité : rôles et enjeux de la communication transfrontalière dans les anciens escartons. 2005. Mention : Très bien.</i>	DSC 2005 19
CHEKHAR (Djamila).- <i>Sarkozy dans le texte : la raison, l'émotion et l'imaginaire dans le discours de Nicolas Sarkozy. 2005. Mention : Très bien.</i>	DSC 2005 23

2006

FABRE (Julie).- <i>Le design : de l'esthétique à l'éthique : cette notion, en pleine redéfinition, est-elle amenée à jouer un rôle dans la communication institutionnelle ? DESIGN PROJECT. 2006. Mention : Très bien.</i>	DSC 2006 01
HERVET (Martine).- <i>La place d'un institut de recherche dans l'espace public cambodgien : entre visibilité et crédibilité : le cas de Economic Institute of Cambodia (EIC). 2006. Mention : Très bien.</i>	DSC 2006 04
ROULLAUX (Loïc).- <i>L'utilisation du blog par l'homme politique : quelle actualisation ambiguë de sa communication ? 2006. Mention : Très bien.</i>	DSC 2006 05

Les mémoires en *italique* sont à demander aux bibliothécaires.

<i>OLIVESI (Aurélie).</i> - <i>Les femmes politiques françaises au seuil du pouvoir en 2006 : conquête ou appropriation ? 2006. Mention : Très bien.</i>	DSC 2006 06
<i>KOUAS (Choukri).</i> - <i>La nouvelle stratégie de communication de la Commission européenne : l'exemple de Europe By Satellite. 2006. Mention : Très bien.</i>	DSC 2006 09
<i>VENNETIER (Lorène).</i> - <i>La communication publique dans une opération de démolition-reconstruction : l'implosion des barres Ravel et Presov à la Courneuve. ANATOMIE. 2006. Mention : Très bien.</i>	DSC 2006 10
<i>CHECCHI (Nathalie de).</i> - <i>La prescription d'utilisation des dispositifs numériques dans l'hôpital : quels discours pour quels usages attendus et relations effectives de l'enfant avec sa famille et le monde extérieur ? : l'exemple de l'Hôpital Necker Enfants Malades. 2006. Mention : Très bien.</i>	DSC 2006 13
<i>GUERRAH (Afifa).</i> - <i>Le portail d'entreprise, un nouveau paradigme informationnel pour l'entreprise : discours et idéologie de l'innovation autour du déploiement d'un dispositif de communication numérique : étude de cas : le groupe Thomson. 2006. Mention : Très bien.</i>	DSC 2006 14
<i>DU CHAMP (Charlotte).</i> - <i>Le changement climatique dans l'espace public numérique : de la vulgarisation scientifique à la communication publique sur Internet : étude de cas Météo-France. 2006. Mention : Très bien.</i>	DSC 2006 15
<i>SAUVAL (Lucie).</i> - <i>Le changement de nom pour une collectivité locale : ou quand l'identité du territoire devient stratégie de communication territoriale. 2006. Mention : Très bien.</i>	DSC 2006 16
<i>BROCHON (Géraldine).</i> - <i>Communication de projets, entre discours et réalité : analyse de l'exemple de la ville du Havre. AGENCE PAYSAGES POSSIBLES. 2006. Mention : Très bien.</i>	DSC 2006 17
<i>MELISSANO (Niko).</i> - <i>La construction de l'image du Louvre-Lens à travers sa politique de communication institutionnelle et urbaine. 2006. Mention : Très bien.</i>	DSC 2006 18
<i>ROYAL (Catherine).</i> - <i>Le positionnement de la communication intercommunale : entre dépendance et cohabitation avec les communications communales. 2006. Mention : Très bien.</i>	DSC 2006 19
<i>VIGNOLLES (Nicolas).</i> - <i>La communication des think tanks français : entre communication « B to B » et communication « B to C ». EURO RSCG C&O. 2006. Mention : Très bien.</i>	DSC 2006 21
<i>LEWANDOWSKI (Nicolas).</i> - <i>Projet ITER à Cadarache : pas d'appropriation sans communication : les limites de l'efficacité des retombées d'un projet international au niveau local sans communication dédiée. 2006. Mention : Très bien.</i>	DSC 2006 22

Les mémoires en *italique* sont à demander aux bibliothécaires.

<i>LETEIF (Carmen).</i> - Construire une image attractive de la ville : quelle stratégie de communication pour attirer les entreprises ? 2006. Mention : Très bien.	DSC 2006 23
<i>SUTTER (Aurélie).</i> - Quel est le type de communication adapté lors d'une opération de fusion ? 2006. Mention : Très bien.	DSC 2006 24
<i>BARRAQUAND (Hervé).</i> - Quelles figures de communication pour une institution fondée sur le partage d'une langue et devenue politique ? : le cas de l'Organisation Internationale de la Francophonie. 2006. Mention : Très bien.	DSC 2006 28
<i>HIVERT (Florent).</i> - La place de la communication des armées dans une opération multinationale d'imposition de la paix sous mandat Onu : l'exemple de la Force Licorne et de l'Onuci en Côte d'Ivoire. CABINET DU CHEF D'ÉTAT MAJOR DES ARMÉES. 2006. Mention : Très bien.	DSC 2006 32

2007

<i>LEMOSLE (Farouz).</i> - Le discours patronal sur le mécénat. 2007. Mention : Très bien.	DSC 2007 03
<i>DEJARDIN (Laura).</i> - Communication de crise pour territoires en crise : l'émergence du maire de Clichy-sous-Bois comme porte-parole des villes de banlieue suite aux émeutes de l'automne 2005. 2007. Mention : Très bien.	DSC 2007 04
<i>LESCAUDRON-WARTELLE (Corinne).</i> - De l'intérêt de mettre en œuvre une démarche régionale commune de communication, le cas particulier des Chambres d'Agriculture de Picardie. 2007. Mention : Très bien.	DSC 2007 05
<i>SOTISON (Stéphanie).</i> - Les professionnels de la communication dans les démarches de démocratie participative ou l'émergence complexe de la figure du passeur : l'exemple de l'agence Campana Eleb Conseil (CEC) pour les Assises de la ville de Bobigny (1998-2006). CAMPANA ELEB CONSEIL. 2007. Mention : Très bien.	DSC 2007 06
<i>SORRIN (Charlotte).</i> - Saint-Quentin-en-Yvelines, de l'image d'une ville nouvelle modèle à celle d'une ville à maturité. 2007. Mention : Très bien.	DSC 2007 11
<i>BARRAUD (Capucine).</i> - Les discours d'investiture à l'élection présidentielle de 2007 : entre émotion et autorité : le cas de Nicolas Sarkozy et de Ségolène Royal. NOUVELLE RÉPUBLIQUE. 2007. Mention : Très bien.	DSC 2007 13
<i>ROBIN (Armelle).</i> - Rôles de la politique publique et de la communication dans la lutte contre les discriminations en entreprise. CRÉDOC / DÉPARTEMENT ÉVALUATION DES POLITIQUES PUBLIQUES. 2007. Mention : Très bien.	DSC 2007 14

Les mémoires en *italique* sont à demander aux bibliothécaires.

<i>BAYON (Farouka).</i> - Aménagement du territoire et préservation de l'environnement : deux notions antithétiques. 2007. Mention : Très bien.	DSC 2007 17
<i>MOUTOUNET (Anne).</i> - Quand la ville parle d'elle... : les enjeux et les méthodes de communication publique dans le champ de l'urbanisme opérationnel appliqués à un territoire métropolitain : le cas de la ville de Rennes. VILLE DE RENNES : DIRECTION DE L'AMÉNAGEMENT ET DE L'URBANISME. 2007. Mention : Très bien.	DSC 2007 19
<i>MABILLE (Marion).</i> - La communication électorale des candidats à la présidentielle 2007 lors de « l'affaire Airbus ». ANPE. 2007. Mention : Très bien.	DSC 2007 20
<i>REISDORFFER (Audrey).</i> - L'entrepreneuriat social, entre évolution et révolution : quel(s) discours ? 2007. Mention : Très bien.	DSC 2007 22
<i>DRESSE (Sidonie).</i> - Les travaux mémoriels : un outil pour accompagner la population lors des opérations de renouvellement urbain ? 2007. Mention : Très bien.	DSC 2007 25
<i>CLATOT (Christine).</i> - Impact de la communication dans l'émergence d'un sentiment d'appartenance à un territoire intercommunal : concepts, benchmarking et stratégie pour l'Estuaire de la Seine. 2007. Mention : Très bien.	DSC 2007 28
<i>LUMINET (Amande).</i> - La tendance au développement durable selon les cultures : aptitudes & freins issus de la culture (application à la culture latine). 2007. Mention : Très bien.	DSC 2007 34

2008

<i>ALLINNE (Frédéric).</i> - Convergence et communication linguistique : esquisse d'une stratégie de communication en faveur de la langue considérée comme compétence professionnelle, objet de médiation culturelle et destination touristique. 2008. Mention : Très bien.	DSC 2008 02
<i>VEILLAUX (Gaëlle).</i> - La communication numérique de la culture en région : étude des opportunités de développement d'une télévision culturelle en ligne pour Rhône-Alpes. 2008. Mention : Très bien.	DSC 2008 07
<i>DARBINIAN-BESSET (Inessa).</i> - Politique de promotion touristique de la destination Arménie en France : réorganisation de la destination et repositionnement vers un tourisme culturel. 2008. Mention : Très bien.	DSC 2008 08
<i>SERIN-REYL (Anne).</i> - Le discours du Medef et l'esprit du capitalisme. 2008. Mention : Très bien.	DSC 2008 10

Les mémoires en *italique* sont à demander aux bibliothécaires.

<i>SCHILLEWAERT-SACQUET (Isabelle).</i> - <i>Opération d'urbanisme d'intérêt national (OIN) « Massy, Palaiseau, Saclay, Versailles, Saint-Quentin-en-Yvelines » : une adhésion possible grâce à une communication transversale entre les acteurs. 2008. Mention : Très bien.</i>	DSC 2008 11
<i>GIRARD (Clara).</i> - <i>Guerre des mots, mots de la guerre : quand le conflit devient celui de la communication : approche comparative du discours du Hamas et de l'Etat d'Israël sur le terrorisme au Proche-Orient. 2008. Mention : Très bien.</i>	DSC 2008 12
<i>DUPUY-HEMAR (Virginie).</i> - <i>Les cellules d'étude en agences conseil en communication corporate : émergence d'une fonction à la croisée des études et de la communication d'entreprise. 2008. Mention : Très bien.</i>	DSC 2008 13
<i>ROCHER-BARRAT (Sibylle).</i> - <i>Éthique de la communication d'influence : le lobbying parlementaire en France. 2008. Mention : Très bien.</i>	DSC 2008 14
<i>TAROT (Maxime).</i> - <i>Tirer des plans sur la comète ou relancer l'exploration de l'espace ? : risques et opportunités pour la politique spatiale et sa communication à partir de l'exemple français et européen. CENTRE NATIONAL D'ÉTUDES SPATIALES. 2008. Mention : Très bien.</i>	DSC 2008 16
<i>GIR (Constance).</i> - <i>Stratégies et développement du mécénat culturel international : vers une collaboration originale entre les entreprises et les institutions culturelles ? INSTITUT DU MONDE ARABE ET MUSÉES DU LOUVRE. 2008. Mention : Très bien.</i>	DSC 2008 17
<i>NICOLAS (Lalie Valérie).</i> - <i>La figure de l'artiste au carrefour des TIC et des nouveaux enjeux des territoires : entre expérimentation esthétique et communication publique ? : le cas de Ludigo. 2008. Mention : Très bien.</i>	DSC 2008 20
<i>ATTIA (Élise).</i> - <i>L'e-édition : modèle transitoire vers l'édition de demain ? 2008. Mention : Très bien.</i>	DSC 2008 22
<i>GUILLAUMET (Marie-Hélène).</i> - <i>L'accessibilité Web : une utopie sociotechnique ? : l'ambition d'un progrès technique face à un imaginaire hermétique. 2008. Mention : Très bien.</i>	DSC 2008 23
<i>LAVA (Corinne).</i> - <i>La visite d'entreprise : un levier de communication privilégié par le secteur des liqueurs et spiritueux. 2008. Mention : Très bien.</i>	DSC 2008 26
<i>TIQUET (Caroline).</i> - <i>La communication marque employeur : ou comment répondre aux nouveaux enjeux corporate de la communication de recrutement pour les entreprises, et pour SFR en particulier ? 2008. Mention : Très bien.</i>	DSC 2008 27

Les mémoires en <i>italique</i> sont à demander aux bibliothécaires.

GRANGE (Magali).- *La polémique comme révélateur des enjeux, des logiques et des faiblesses d'une communication institutionnelle : le cas des tours en projet dans Londres au travers des stratégies argumentatives de Ken Livingstone, maire de Londres et English Heritage, en charge de la protection du patrimoine, dans la presse quotidienne nationale anglaise. 2008. Mention : Très bien.* **DSC
2008
28**

TRONEL (Viviane).- *La communication de la politique des déplacements de la ville de Paris de 2001 à 2008 : comment convaincre les parisiens de se déplacer dans la ville sans voiture ? 2008. Mention : Très bien.* **DSC
2008
32**

DUBOIS (Rémi).- *Rap militant et Internet : entre opportunité artistique et opportunisme marketing. 2008. Mention : Très bien.* **DSC
2008
33**

MATHIAUT (Liane).- *Web 2.0 et communication corporate : une nouvelle culture du risque : cas pratique de la SNCF. 2008. Mention : Très bien.* **DSC
2008
37**

2009

BAE (Jumi).- *Imaginaires sociaux du voyage aérien et les imageries institutionnelles des transporteurs aériens : vers une politique de communication interculturelle renouvelée sur la ligne Paris-Séoul d'Air France. 2009. Mention : Très bien.* **DSC
2009
03**

BROCA (Fleur).- *Le Human Network : la participation en miroir : étude d'une opération de communication participative menée pour le compte de Cisco France. 2009. Mention : Très bien.* **DSC
2009
05**

JOUNAULT (Béatrix).- *Enjeux et stratégies d'influence des régions françaises auprès de l'Union Européenne. 2009. Mention : Très bien.* **DSC
2009
06**

MOMAU (Charlotte).- *La Communication interne en temps de crise économique : étude du discours managérial. 2009. Mention : Très bien.* **DSC
2009
07**

RAMBAUD (Marion).- *Le nouveau rôle de la communication de recrutement. 2009. Mention : Très bien.* **DSC
2009
12**

MARTIN (Aurélié).- *« Chers agents, votez pour moi ! » : communication interne, bien-être et réélection au conseil général du Cher. 2009. Mention : Très bien.* **DSC
2009
13**

FARABEE (Elizabeth).- *Les implications d'une politique linguistique axée sur l'anglais dans une entreprise en voie d'internationalisation. 2009. Mention : Très bien.* **DSC
2009
15**

Les mémoires en *italique* sont à demander aux bibliothécaires.

<i>PUJO-SAUSSET (Marion).</i> - <i>La Méditerranée : un espace au carrefour de trois cultures : une rencontre possible ? : la construction d'un espace commun pour le dialogue interculturel : le cas de la Fondation des trois cultures, à Séville. 2009. Mention : Très bien.</i>	DSC 2009 16
<i>MARTIN (Diane).</i> - <i>Paris métropole : identité parisienne et enjeux métropolitains. 2009. Mention : Très bien.</i>	DSC 2009 17
<i>BELOUNIS (Nacéra).</i> - <i>Bâtir une culture d'entreprise autour de la marque : quand Orange donne sa couleur. 2009. Mention : Très bien.</i>	DSC 2009 18
<i>BONIFACE (Laura).</i> - <i>Visibilité des associations dans l'espace public : forces et faiblesses des nouvelles logiques du collectif : immersion dans le domaine de l'éducation au développement et à la solidarité internationale. 2009. Mention : Très bien.</i>	DSC 2009 24
<i>GIRAUDEAU (Thibaud).</i> - <i>La mise en récit du musée sur Internet : de l'intention stratégique à la traduction numérique. 2009. Mention : Très bien.</i>	DSC 2009 30
<i>NURY-TORRAS (Myrtille).</i> - <i>Exposer un territoire en devenir : le cas du « Grand Pari(s) » : de la communication à la médiatisation. 2009. Mention : Très bien.</i>	DSC 2009 32
<i>BANNET (Fanny).</i> - <i>La valorisation de l'expérience du spectateur dans la stratégie de communication et marketing du Théâtre national de Chaillot. 2009. Mention : Très bien.</i>	DSC 2009 39
<i>DEVAUX-TREBOUVIL (Émilie).</i> - <i>Jean-François Copé : une stratégie de communication construite autour d'un positionnement institutionnel original. ASSEMBLÉE NATIONALE. 2009. Mention : Très bien.</i>	DSC 2009 40
<i>JESU (Louis).</i> - <i>Une bataille peut en cacher une autre : la bataille de l'opinion durant le conflit de l'automne 2007 à la SNCF à propos de la réforme des régimes spéciaux de retraites. 2009. Mention : Très bien.</i>	DSC 2009 41
<i>PRIGENT (Marion).</i> - <i>Communication Web : où en sont les stratégies éditoriales ? : focus sur les stratégies de contenus : les stratégies éditoriales face au contenu de marque. 2009. Mention : Très bien.</i>	DSC 2009 42
<i>PEDEMANAUD (Pauline).</i> - <i>Communiquer à l'interne, communiquer à l'externe : la communication de projet dans la conduite du changement : le cas du futur « Pentagone à la française ». MINISTÈRE DE LA DÉFENSE. 2009. Mention : Très bien.</i>	DSC 2009 45
<i>RAMI (Johanne).</i> - <i>Initiative communautaire numérique dans l'Union européenne : http://ec.europa.eu/health-eu : informer le citoyen sur la santé publique. 2009. Mention : Très bien.</i>	DSC 2009 48

Les mémoires en <i>italique</i> sont à demander aux bibliothécaires.

<i>MAHMOUN (Mathieu).</i> - <i>L'espace public nucléaire en France : étude des stratégies de communication et des espaces de rencontre. EDF. 2009. Mention : Très bien.</i>	DSC 2009 51
<i>THEVENOT (Christine).</i> - <i>L'émergence de la construction coopérative du savoir en situation professionnelle : une approche communicationnelle. 2009. Mention : Très bien.</i>	DSC 2009 52
<i>CALLY (Élodie).</i> - <i>Les relations presse pour les PME : comment les rendre visibles dans les médias ? 2009. Mention : Très bien.</i>	DSC 2009 54
<i>BALLAND (Karine).</i> - <i>Le Nabaztag : promesses et usages d'une innovation. 2009. Mention : Très bien.</i>	DSC 2009 60

2010

<i>DANIEL (Marlène).</i> - <i>« L'après visite » dans les institutions de spectacle vivant de la métropole de Paris : formes et dispositifs de la relation à leurs publics individuels : vers une approche renouvelée pour le Théâtre national de Chaillot. 2010. Mention : Très bien.</i>	DSC 2010 01
<i>ROY-MARACCI (Véronique).</i> - <i>Déployer un Intranet 2.0 à la SNCF : freins et facteurs de succès. DIRECTION DES SYSTÈMES D'INFORMATION ET DE TÉLÉCOMMUNICATIONS DE LA SNCF. 2010. Mention : Très bien.</i>	DSC 2010 02
<i>FACHAN (Noémie).</i> - <i>L'Europe de la connaissance : la part de la communication dans la mise en place d'un système public de capitalisation des connaissances. COMMISSION EUROPÉENNE. 2010. Mention : Très bien.</i>	DSC 2010 04
<i>SUCHET (Anne-Catherine), VOUIN (Emmanuel).</i> - <i>L'entreprise à l'épreuve du suicide : questionnement des actions de communication et de la conduite du changement. 2010. Mention : Très bien.</i>	DSC 2010 07
<i>SORIEUL (Julie).</i> - <i>Alicante en charter ou Astana en couchsurfing : le nouveau tourisme et ses conséquences sur la communication des destinations. 2010. Mention : Très bien.</i>	DSC 2010 08
<i>GIRARD (Clémentine).</i> - <i>Croisade pour un Accord Climatique : étude des enjeux, stratégies et dispositifs de communication pour mobiliser les citoyens dans le cadre du sommet de Copenhague (7-18 déc. 2009) à travers trois cas : la campagne du système des Nations Unies « Scellons l'Accord ! », la campagne « tcktcktck » et « 350.org ». 2010. Mention : Très bien.</i>	DSC 2010 09
<i>BERETTI (Nicolas).</i> - <i>Powerpoint : un architexte de la pensée : les enjeux de pouvoir d'un cadre techno-sémiotique. 2010. Mention : Très bien.</i>	DSC 2010 13

Les mémoires en *italique* sont à demander aux bibliothécaires.

<i>GARCIA (Olivier).- Trouver son conte : la dimension narrative au service du mécénat de projets culturels. 2010. Mention : Très bien.</i>	DSC 2010 14
<i>LUCAS (Ingrid).- Fonctions et impacts de la communication de Cisco : un positionnement hégémonique à l'épreuve du marché des PME. 2010. Mention : Très bien.</i>	DSC 2010 15
<i>HARDY (Karine), PIOLET (Maryne), PLUET (Maryse).- « Les poétiques de l'habiter » : proposition créative d'événementialisation de la métropole de Paris : « Périph'féériques ». 2010. Mention : Très bien.</i>	DSC 2010 16
<i>PIRIOU (Marine) GAINZARAIN (Elena).- L'inscription des mondes du tennis et du roller dans la fabrique symbolique de la métropole de Paris. 2010. Mention : Très bien.</i>	DSC 2010 18
<i>YAICHE (Charlotte).- L'élection d'Herman Van Rompuy, premier Président Stable du Conseil Européen : de l'ombre à la lumière ? : étude comparée de la médiatisation d'une élection. 2010. Mention : Très bien. (2 volumes)</i>	DSC 2010 20
<i>LE GLOAHEC (Bérangère).- Comment la communication interne permet-elle aux collaborateurs de s'appropriier le thème de la RSE ? : l'exemple du groupe Axa. 2010. Mention : Très bien.</i>	DSC 2010 21
<i>JAMET (Franck).- Blogs de salariés : un autre discours sur l'entreprise est-il possible ? 2010. Mention : Très bien.</i>	DSC 2010 24
<i>LUCET PISSARENKO (Tatiana).- L'opportunité de la communication dans le développement durable : comment les agences de conseil en communication intègrent-elles les valeurs socialement partagées dans leurs stratégies de développement et de communication et en quoi ceci crée des nouveaux univers de référence pour la société en cours de l'invention de sa « durabilité ». 2010. Mention : Très bien.</i>	DSC 2010 28
<i>ALLEIN (Marine).- D'un ethos de « service public » à un ethos « au service du public » : les enjeux de redéfinition de l'ethos de la SNCF au prisme des ambitions stratégiques d'une entreprise en mutation. 2010. Mention : Très bien.</i>	DSC 2010 29
<i>BOUTHEMY (Maud).- Débat public : entre opportunités et risques pour le maître d'ouvrage : l'exemple du débat public de RTE (Réseau de Transport d'Electricité) relatif à la ligne à très haute tension Cotentin Maine (24 octobre 2005 - 23 février 2006). 2010. Mention : Très bien.</i>	DSC 2010 37
<i>AMERICANO (Fernando).- La transparence dans le contexte de Twitter : clé de voûte de la démocratie ou esthétique opacifiante ? 2010. Mention : Très bien.</i>	DSC 2010 38

Les mémoires en <i>italique</i> sont à demander aux bibliothécaires.

<i>RECOULES (Théo).</i> - <i>Ambivalence, paradoxe et singularité du rapport France-Europe sous la présidence Sarkozy : le cas de la présidence française de l'Union Européenne. 2010. Mention : Très bien.</i>	DSC 2010 40
<i>VOLAY (Mathilde).</i> - <i>Le tourisme vitivinicole : comment la structuration de la communication dans le vignoble peut-elle permettre aujourd'hui de redynamiser économiquement des zones rurales ? : le cas particulier du Beaujolais. DIRECTION DE LA COMMUNICATION DU CONSEIL GÉNÉRAL DU RHÔNE. 2010. Mention : Très bien.</i>	DSC 2010 42
<i>FABRE (Aurélien).</i> - <i>Un objet commun ? : la publicisation des déchets radioactifs et la communication de l'Andra. ANDRA. 2010. Mention : Très bien.</i>	DSC 2010 44
<i>BARRE (Jessie).</i> - <i>Sur Internet, le Mur n'est toujours pas tombé : le 20ème anniversaire de la chute du Mur de Berlin sur le Web : défis d'un média, défis d'une mémoire. 2010. Mention : Très bien.</i>	DSC 2010 45
<i>LE CAM (Sophie).</i> - <i>Communiquer pour lever des fonds dans les domaines de l'enseignement et de la culture : peut-on adapter le modèle américain ? 2010. Mention : Très bien.</i>	DSC 2010 46
<i>MICHON (Anne-Laure).</i> - <i>La réaction des élus locaux face à la réforme territoriale. ASSOCIATION DES MAIRES DE FRANCE. 2010. Mention : Très bien.</i>	DSC 2010 47
<i>GANIER (Aude).</i> - <i>Transparence de la communication du nucléaire : une stratégie risquée pour une activité à risques. 2010. Très bien.</i>	DSC 2010 48
<i>NEKAA (Salima).</i> - <i>Sud de France : une marque qui veut changer le cours de l'histoire : un outil de marketing territorial au service du Languedoc-Roussillon. 2010. Mention : Très bien.</i>	DSC 2010 50
<i>CANNESSON (Claire).</i> - <i>Les enjeux communicationnels de l'implication des salariés dans le mécénat d'entreprise : l'exemple de la Fondation Veolia Environnement. 2010. Mention : Très bien.</i>	DSC 2010 52
<i>SUSTER (Séverine).</i> - <i>De l'adhésion à la présidence du Conseil de l'Union européenne : analyse des enjeux croisés d'image entre la Hongrie et l'UE. 2010. Mention : Très bien.</i>	DSC 2010 54
<i>THOMAS (Stéphanie).</i> - <i>La communication en matière de pandémie grippale : les nouveaux enjeux en temps de crise : l'épisode de la Grippe A. 2010. Mention : Très bien.</i>	DSC 2010 56
<i>DANDOLO (Laure).</i> - <i>L'Hôtel de ventes Drouot : lieu de mise en scène de l'objet et des relations. 2010. Mention : Très bien.</i>	DSC 2010 57

Les mémoires en <i>italique</i> sont à demander aux bibliothécaires.

<i>GIRARDEAU (Vanessa).- La thématique de la mobilité dans les discours sur le Grand Paris : entre choix techniques et choix politiques. 2010. Mention : Très bien.</i>	DSC 2010 58
<i>HONNET (Margaux).- Festival musical et ruralité. 2010. Mention : Très bien.</i>	DSC 2010 59
<i>TCHENG (Nicolas).- Cergy-Pontoise : habiter un rêve. 2010. Mention : Très bien.</i>	DSC 2010 61
<i>PALEOLOGUE (Alexandra).- Les conseillers en communication dans les cabinets ministériels : « ovni » entre deux mondes ? 2010. Mention : Très bien.</i>	DSC 2010 62
<i>TRICOCHÉ (Raphaëlle).- Les recommandations musicales et la gouvernance du jugement : le cas de « Genius » sur « iTunes ». 2010. Mention : Très bien.</i>	DSC 2010 63
<i>BODA (Jeanne).- Musées et Web 2.0 : constituer son identité à travers l'échange et l'interaction ? 2010. Mention : Très bien.</i>	DSC 2010 65

2011

<i>ZORES (Solène).- Trois petites tours et puis s'en va... : rôle de la construction de hauteur dans l'inscription métropolitaine d'un territoire. AGENCE DAGRÉ. 2011. Mention : Très bien.</i>	DSC 2011 01
<i>TÉTAZ (Frédérique Nadège).- La communication Web des régions à l'heure de la réforme des collectivités : le cas de Provence-Alpes-Côte d'Azur et de Rhône-Alpes. 2011. Mention : Très bien.</i>	DSC 2011 02
<i>PICAUD-LUCET (Moana).- « Bienvenue chez Eads » : la reconstruction d'une identité d'entreprise dans la nouvelle brochure de la fonction « Employment Marketing ». 2011. Mention : Très bien.</i>	DSC 2011 03
<i>OBREGON-FIORO (Beatriz).- « Qu'est-ce qu'un Grenelle ? » : la stratégie de nomination dans la communication du Grenelle de l'environnement. 2011. Mention : Très bien.</i>	DSC 2011 04
<i>GRIBAUDI (Jean-Pascal).- La démocratie participative à l'épreuve de la démocratie technique : les limites du débat public comme outil de communication sur les politiques scientifiques : le cas du débat public sur le développement et la régulation des nanotechnologies (2009-2010). I&E CONSULTANTS. 2011. Mention : Très bien.</i>	DSC 2011 05

Les mémoires en *italique* sont à demander aux bibliothécaires.

<i>JEGARD (Marine-Sophie).- La télévision connectée : l'innovation technologique comme créatrice de valeur : « les ressorts de l'introduction d'une innovation technologique ». AGENCE ÉLAN. 2011. Mention : Très bien.</i>	DSC 2011 09
<i>ABDELLATIF-GUILLON (Hayat).- Les musées à l'écran : analyse des conséquences et enjeux de la digitalisation des musées à travers l'exemple du site Art Project, Powered by Google. 2011. Mention : Très bien.</i>	DSC 2011 10
<i>DAGORN (Cyrille).- Les communautés virtuelles sur Internet : nouvelles communautés ou communautés virtualisées ? 2011. Mention : Très bien.</i>	DSC 2011 14
<i>FRANGI (Laura).- Scan me... if you can : « une approche critique de l'émergence des codes 2D en France ». 2011. Mention : Très bien.</i>	DSC 2011 15
<i>COLLARDEAU (Candy), MATGE (Bertrand), ROSAS GRIFFON (Christine).- Les guides numériques patrimoniaux et touristiques à l'heure de la mobilité : l'écriture de la métropole parisienne et de ses patrimoines, de sa production à son appropriation. 2011. Mention : Très bien.</i>	DSC 2011 20
<i>SOUBRIER (Antoine).- La prescription musicale sur Internet en fait-elle un média au service des niches culturelles ? : entre structuration des niches culturelles et visibilité universelle des productions musicales, partage militant et quête de pouvoir personnel des curateurs, quels sont les acteurs et les effets du média Internet sur les subcultures musicales ? 2011. Mention : Très bien.</i>	DSC 2011 25
<i>NGUYEN BUU CUONG (Sophie).- Rapports développement durable en ligne : Internet permet-il de réconcilier les prises de parole des entreprises sur le développement durable avec les enjeux communicationnels propres à leur image ? 2011. Mention : Très bien.</i>	DSC 2011 26
<i>GOËTA (Samuel).- « Open data » : qu'ouvre-t-on avec les données publiques ? 2011. Mention : Très bien.</i>	DSC 2011 27
<i>CHAMI (Valia), THOMAS (Marie).- Communication sur le développement durable : le Groupe BIC : quand le jetable se veut durable. 2011. Mention : Très bien.</i>	DSC 2011 30
<i>LE MAUFF (Pierre-Jean).- La nomination du premier ministre : enjeu de communication politique : étude basée sur l'analyse du changement de gouvernement du 13 novembre 2010. CABINET DE DOMINIQUE BUSSEREAU, SECRÉTAIRE D'ÉTAT CHARGÉ DES TRANSPORTS. 2011. Mention : Très bien.</i>	DSC 2011 35
<i>CHELLAH (Yann).- Construire et représenter le sens dans les applications d'iPhone : le cas des applications de géolocalisation. 2011. Mention : Très bien.</i>	DSC 2011 36

Les mémoires en <i>italique</i> sont à demander aux bibliothécaires.

<i>CANDELA (Marine-Amanda).- La musique : outil de communication alternatif ou levier de valorisation dans l'ère du temps ? : exemple du trip hop : entre anonymat et omniprésence médiatique. 2011. Mention : Très bien.</i>	DSC 2011 39
<i>MARCHAL (Guillaume).- Youtube : espace d'expression et de débat pour une nouvelle génération de citoyens aux États-Unis. 2011. Mention : Très bien.</i>	DSC 2011 44
<i>ARNOLD (Laetitia).- Le « cloud computing » ou la vulgarisation de la complexité informatique. 2011. Mention : Très bien.</i>	DSC 2011 47
<i>GAUCHER (Marion).- Le développement de la communication interne au service d'une entreprise respectueuse des traditions : l'exemple de Petit Bateau. 2011. Mention : Très bien.</i>	DSC 2011 49
<i>FAURE (Hélène).- La communication de Ségolène Royal lors de la campagne présidentielle de 2007. SÉNAT. 2011. Mention : Très bien.</i>	DSC 2011 52
<i>BOURGAIN (Baptiste).- Les mutations de la bande dessinée face aux « nouveaux médias ». 2011. Mention : Très bien.</i>	DSC 2011 54
<i>ROGINSKA (Frédéric).- Construction de la légitimité du community management professionnel : définitions, storytelling et dérives d'un métier en quête de pérennité. 2011. Mention : Très bien.</i>	DSC 2011 55
<i>MOULIN (Jean-Baptiste).- Militantisme et homosexualité : la communication du Paris Foot Gay. 2011. Mention : Très bien.</i>	DSC 2011 63
<i>LE GAL (Erwan).- Internet et l'extrême droite : La « fachosphère » (François Desouche et Novopress) à la conquête des esprits. 2011. Mention : Très bien.</i>	DSC 2011 64
<i>BIGOT (Jean-Edouard).- Traitement de l'information et raison graphique : contribution à une approche sociosémiotique des technologies intellectuelles informatisées. 2011. Mention : Très bien.</i>	DSC 2011 70
<i>DOMENS (Isabelle).- Le fansub d'animés en France comme travail collaboratif à distance auto-organisé via des outils de communication numérique. 2011. Mention : Très bien. (2 volumes).</i>	DSC 2011 71
<i>NOUETTE-DELORME (Nathalie Marie).- L'évaluation des politiques publiques dans les collectivités territoriales : outil de management, outil de communication. 2011. Mention : Très bien.</i>	DSC 2011 77

Les mémoires en <i>italique</i> sont à demander aux bibliothécaires.

2012

- RAYNAUD (Juliette).- *Rhétorique et performance du mouvement LGBT : le discours d'escorte de la Marche des Fiertés LGBT 2011.* 2012. Mention : Très bien. **DSC 2012 01**
- DESJARDINS (Alice).- *À l'heure du Web 2.0, quelle prise réelle ont les individus sur leur image personnelle sociale ? : focus sur Facebook.* 2012. Mention : Très bien. **DSC 2012 02**
- DANTARD (Caroline).- *La SNCF face à ses gares : lieux urbains à réinvestir.* 2012. Mention : Très bien. **DSC 2012 03**
- BRUNOT (Benjamin).- *Mes études et ma cabane au Canada : du recrutement à la fidélisation des étudiants internationaux au Québec : ou quand les universités deviennent des agents de recrutement du ministère de l'immigration grâce au marketing expérientiel.* 2012. Mention : Très bien. **DSC 2012 04**
- ZAKINE (Laure-Élise).- *Paris, destination hospitalière ? : la place des médiations et des dispositifs de communication interculturelle dans l'accompagnement individualisé des voyageuses japonaises.* 2012. Mention : Très bien. **DSC 2012 05**
- CYNGISER (Mickaël).- *La mise en scène des coulisses en communication politique : cas de la campagne présidentielle de 2012.* 2012. Mention : Très bien. **DSC 2012 06**
- PELTIER-LE DINH (Sophie).- *Un book trailer, des book trailers : bande-annonce littéraire de mauvais genre ?* 2012. Mention : Très bien. **DSC 2012 07**
- PASQUIER (Guillaume).- *L'événementiel sportif comme composante originale de la stratégie de communication des territoires : l'exemple de Saint[-]Denis (93).* 2012. Mention : Très bien. **DSC 2012 08**
- LONLAS (Maxime).- *La communication du groupe socialiste, radical, citoyen et divers gauche (SRC) : XIII^e législature de la V^e République. DRII QUÉBEC.* 2012. Mention : Bien. **DSC 2012 09**
- LOURDIN (Marine).- *L'outil fondation au service de l'entreprise publique : le cas de la Fondation SNCF.* 2012. Mention : Très bien. **DSC 2012 10**
- ELLAND-GOLDSMITH (William).- *Le rôle des think tanks dans l'élection présidentielle 2012.* 2012. Mention : Très bien. **DSC 2012 11**

Les mémoires en *italique* sont à demander aux bibliothécaires.

<i>SPEICH (Cécile).- Communication(s) : la Commission européenne face au défi de la cohérence. DIRECTION GÉNÉRALE DE LA COMMUNICATION DE LA COMMISSION EUROPÉENNE. 2012. Mention : Très bien.</i>	DSC 2012 12
<i>VAZ (Vanessa).- La Timeline Facebook 2012 : chronologie d'une mise en récit de soi : le putsch de l'image sur les mots sur la Timeline Facebook. 2012. Mention : Très bien.</i>	DSC 2012 13
<i>EL KHATIB EL MAHFOUDI (Salah Eddine).- L'opposition entre la communication du gouvernement et celle des étudiants étrangers suite à la publication de la circulaire du 31 mai relative à la maîtrise de l'immigration professionnelle. ÉTAT D'ESPRIT, AGENCE DE COMMUNICATION PUBLIQUE. 2012. Mention : Bien.</i>	DSC 2012 14
<i>VIANCIN (Marlène).- Les « fan fictions », des extensions de marque pas comme les autres : quand le « brand-stretching » des marques littéraires tombe aux mains des lecteurs. 2012. Mention : Très bien.</i>	DSC 2012 15
<i>HUTCHINGS (Kevin).- Une « ville numérique » en construction : analyse des aménagements idéologiques et sémiotiques autour du numérique dans l'espace urbain et de leurs enjeux. 2012. Mention : Bien.</i>	DSC 2012 17
<i>GRENET (Haily).- La remise en cause de la critique d'art dans le champs [i.e. champ] culturel de l'art contemporain. 2012. Mention : Bien.</i>	DSC 2012 18
<i>MOULLINTRAFFORT (Audrey).- L'amateur de cinéma et les plateformes de production participatives : analyse des enjeux marketing et communicationnels des plateformes de production participatives dans le domaine du cinéma à l'ère du web 2.0 : l'exemple de Weareproducteurs.com. 2012. Mention : Bien.</i>	DSC 2012 19
<i>NOLLET (Marion).- Le fan, l'artiste et la firme : le cas de My Little Pony : Friendship is Magic : trivialité et réappropriation d'un objet culturel à l'heure des communautés de fans en ligne. 2012. Mention : Très bien.</i>	DSC 2012 21
<i>CLOIX (Martin).- Enjeux et conditions de l'influence de la communication corporate engagée sur la communication produit dans l'industrie agroalimentaire : le cas du glacier américain Ben & Jerry's. OGILVY & MATHER PARIS. 2012. Mention : Bien.</i>	DSC 2012 22
<i>DAUNY (Élisabeth).- L'engagement militant à l'épreuve du Web collaboratif : le social gaming comme écriture de l'engagement par les ONG. 2012. Mention : Bien.</i>	DSC 2012 23
<i>MADEIRA (Magali).- Faire des adhérents un levier de communication prioritaire : le cas de la Fnac. DIRECTION DE LA MARQUE ET DU MARKETING DE LA FNAC. 2012. Mention : Bien.</i>	DSC 2012 24
<i>MONDON (Bénédicte).- Quel positionnement identitaire pour une marque BtoB sur les médias sociaux ? : le cas d'une entreprise de transport maritime : CMA CGM. 2012. Mention : Très bien.</i>	DSC 2012 25

Les mémoires en <i>italique</i> sont à demander aux bibliothécaires.

RIGOT-MULLER (Virginia), BLANC (Catherine).- <i>L'innovation et la créativité des politiques des publics : faire évoluer les imaginaires, la connaissance et le débat sur l'immigration : le cas de la CNHI. 2012. Mention : Très bien.</i>	DSC 2012 26
FOURRE (Mélanie).- <i>Les artistes et le développement durable : approche communicationnelle d'une rencontre inédite. 2012. Mention : Très bien.</i>	DSC 2012 27
LALLEMENT (Solen), MAROTTE (Véronique).- <i>Festivals et littérature : entre innovation culturelle et développement territorial : la création d'un événement dédié aux cultures littéraires pour le Grand Paris. 2012. Mention : Très bien.</i>	DSC 2012 28
AOUSTIN (Sarah).- <i>Le « rétro digital » : de la réappropriation créative à la légitimation médiatique, culturelle et publicitaire. 2012. Mention : Très bien.</i>	DSC 2012 29
GILIS (Adeline).- <i>Tourismes participatif et créatif, leviers de métropolisation ? : vers une offre de services et de médiation renouvelée. 2012. Mention : Très bien.</i>	DSC 2012 30
LACROIX (Julie).- <i>Médiation et médiatisation du patrimoine scientifique et technique : le projet de la cité du patrimoine scientifique et technique. 2012. Mention : Bien.</i>	DSC 2012 31
FAUVIN (Laurie).- <i>Dans quelle mesure les nouvelles technologies de l'information et de la communication impactent-elles la relation entre les patients et les médecins ? 2012. Mention : Bien.</i>	DSC 2012 32
DECOULARE DELAFONTAINE (Pauline).- <i>« Marseille-Provence 2013 », prémices d'un « grand Marseille » ? : le label « Capitale européenne de la culture » comme objet transitionnel vers la redéfinition de l'identité d'un territoire et l'écriture de son récit. 2012. Mention : Très bien.</i>	DSC 2012 33
GRANCLEMENT (Oriane).- <i>Médias participatifs et trolls : le cas d' « Agoravox ». 2012. Mention : Bien.</i>	DSC 2012 34
ALBOUSSIÈRE (Alexia).- <i>Destination « banlieue » : intercommunalités, habitants et visiteurs en quête de sens. EPICEUM. 2012. Mention : Très bien.</i>	DSC 2012 35
SENEZ (Adrien).- <i>Managination 2.0 : analyse des discours des cabinets de conseil en management sur leurs sites internet. 2012. Mention : Très bien.</i>	DSC 2012 36
FARIA (Fernanda).- <i>L'importance de la construction des relations blogueurs comme un outil corporate stratégique : le cas du département de communication externe de L'Oréal. 2012. Mention : Très bien.</i>	DSC 2012 37

Les mémoires en *italique* sont à demander aux bibliothécaires.

<i>DINTILHAC (William).</i> - <i>Les intranets et la notion de performance. 2012. Mention : Très bien.</i>	DSC 2012 39
<i>GUÉRIN (Anne-Sophie).</i> - <i>Le téléphone fixe : un objet-lieu de désuétude ? 2012. Mention : Très bien.</i>	DSC 2012 40
<i>COSTE (Gabriel).</i> <i>Comment sortir la Seine-Saint-Denis du ghetto médiatique ? : stratégies de communication des acteurs publics pour la valorisation de l'image d'une banlieue dans l'espace médiatique. 2012. Mention : Très bien.</i>	DSC 2012 41
<i>MEYNAND (Marion).</i> - <i>Un nouveau public pour la musique classique grâce au numérique : mythe ou réalité ? 2012. Mention : Bien.</i>	DSC 2012 42
<i>CASSAIGNAU (Arthur).</i> - <i>Android et la stratégie mobile de Google : l'intégration des méthodes de production open source au sein d'une logique système. 2012. Mention : Bien.</i>	DSC 2012 43
<i>HUNOUT (Claire).</i> - <i>La cartographie numérique du réchauffement climatique : réappropriations et récits au coeur du dispositif de la cartographie numérique environnementale. 2012. Mention : Bien.</i>	DSC 2012 44
<i>MIGUEL NETO, José Pedro.</i> - <i>La communication interne sur intranet en industrie : le cas de Vallourec. VALLOUREC. 2012. Mention : Très bien.</i>	DSC 2012 45
<i>LEFEUVRE (Alexia).</i> - <i>Le mécénat des particuliers : leviers et enjeux dans le domaine culturel français. 2012. Mention : Bien.</i>	DSC 2012 46
<i>GRISSET (Adeline).</i> - <i>La stratégie de communication interne et externe de la marque Disneyland Paris à l'occasion de son 20ème anniversaire. 2012. Mention : Bien.</i>	DSC 2012 50
<i>NESPOULOUS (Louis).</i> - <i>Quel rôle pour les services communication dans la construction de l'intercommunalité ? : le cas du Grand Cahors. 2012. Mention : Bien.</i>	DSC 2012 51
<i>LIAGRE-ASFAUX (Marie-Hélène).</i> - <i>La communication sur la biodiversité au service d'une stratégie de développement industriel : le cas de GRTgaz. 2012. Mention : Bien.</i>	DSC 2012 52
<i>BETTEZ (Ève).</i> - <i>La communication sur la coopération décentralisée entre le Québec et la France. 2012. Mention : Très bien.</i>	DSC 2012 53

Les mémoires en <i>italique</i> sont à demander aux bibliothécaires.

MONTIN (Patricia).- <i>La Seine-et-Marne : un territoire en quête d'image à l'heure du Grand Paris.</i> 2012. Mention : Très bien.	DSC 2012 54
THEROUIN (Émilie).- <i>Les usages du Web 2.0 par les maires des grandes villes de France : le Web social comme renouveau de la communication politique locale.</i> 2012. Mention : Très bien.	DSC 2012 55
LEGER (Valérie).- « <i>Toute l'Europe</i> » : un objet communicationnel non identifié au service du projet européen. <i>TOUTE L'EUROPE.</i> 2012. Mention : Très bien.	DSC 2012 56
HUGO (Paul).- <i>Le rôle de la presse locale dans les stratégies de communication numérique des édiles lozériens.</i> 2012. Mention : Bien.	DSC 2012 57
VERNER (Maxime). <i>Le coup d'éclat permanent : la construction de la figure présidentielle en France.</i> CABAREY. 2012. Mention : Bien.	DSC 2012 58
DUPIN DE SAINT-CYR (Sophie).- <i>La mise en scène de la virilité des femmes candidates à l'élection présidentielle.</i> 2012. Mention : Très bien.	DSC 2012 59
HENQUET (Violette).- <i>L'ouverture du département des arts de l'Islam au Louvre : un projet culturel et ses enjeux politiques.</i> CSUPER ! 2012. Mention : Très bien.	DSC 2012 60
KOWAL (Thomas). <i>La démocratie participative : réalité ou illusion ? : les dispositifs mis en place à la ville de Caen.</i> DIRECTION DE LA COMMUNICATION DE LA VILLE DE CAEN. 2012. Mention : Bien.	DSC 2012 61
GRATIEN (Virginia).- <i>La folie : d'une « pathologie sociale » à une pathologie médiatique : analyse de l'inscription de la représentation sociale de la maladie mentale dans le traitement médiatique du fait divers de Pau (quotidien Le Figaro, décembre 2004 - juin 2005).</i> 2012. Mention : Très bien.	DSC 2012 62
BOUCHILLOU (Juliette).- <i>La rhétorique du basculement : le traitement par la presse française du passage à gauche du Sénat de septembre 2011.</i> 2012. Mention : Très bien.	DSC 2012 63
NAVARO (David).- <i>Marine Le Pen à l'ère du soupçon : le nouveau visage du Front national.</i> 2012. Mention : Très bien.	DSC 2012 64
AVENEL (Lou-Andréa).- <i>Les enjeux de la web campagne 2012 : les stratégies de François Hollande et de Nicolas Sarkozy.</i> 2012. Mention : Très bien.	DSC 2012 65

Les mémoires en *italique* sont à demander aux bibliothécaires.

<i>ARTUR (Clémence).- Le fou et le roi : la psychiatrie dans les discours politiques : le cas de la loi du 5 juillet 2011. 2012. Mention : Très bien.</i>	DSC 2012 66
<i>CHARANSONNET (Claire).- La légitimité de la parole des habitants dans l'élaboration d'un projet de renouvellement urbain : l'exemple du centre-ville de Bobigny. 2012. Mention : Très bien.</i>	DSC 2012 67
<i>SIMONIN (Sophie).- « Rives Nouvelles » : le nouveau graal de la ville d'Angers : la fabrique d'une identité territoriale pour répondre aux enjeux de la métropolisation. 2012. Mention : Très bien.</i>	DSC 2012 68
<i>RAGENARD (Jérôme).- Culture et identité de territoire : les enjeux communicationnels de la création d'un pôle culturel au Plessis-Robinson. 2012. Mention : Bien.</i>	DSC 2012 69
<i>GRAND (Caroline).- Retour vers le territoire : fusion de collectivités et communication intercommunale dans le cadre de la réforme territoriale du 16 décembre 2010 : le cas d'Aunis Nord en Charente-Maritime. 2012. Mention : Très bien.</i>	DSC 2012 70
<i>CHANCROGNE (Elie).- L'opposition s'adresse aux citoyens d'une commune : 3 ans d'action de la gauche à Courbevoie (2008-2011). 2012. Mention : Très bien. (2 volumes)</i>	DSC 2012 71
<i>MALEUVRE (Aurélien).- La communication de Laurence Parisot de son élection à la tête du MEDEF à la fin du quinquennat de Nicolas Sarkozy : la légitimation de la précarité au travail. 2012. Mention : Bien.</i>	DSC 2012 72
<i>MAIRE (Catherine).- Organismes publics de services aux entreprises et gestion de la relation client : la relation comme objet de valeur. 2012. Mention : Bien.</i>	DSC 2012 73
<i>BAC (Katia).- La commémoration de la Shoah : cheminement et ambition : deux exemples à Paris et Bobigny. 2012. Mention : Très bien.</i>	DSC 2012 74
<i>BARRE-PITOUS (Valérie).- Le rôle d'Internet dans les élections politiques américaines : les usages d'Internet par Barack Obama dans la campagne pour l'élection présidentielle américaine de 2008. 2012. Mention : Très bien.</i>	DSC 2012 75
<i>HENAFF-PETRONNE (Linda).- Stratégies de communication des acteurs locaux lors de l'élaboration du schéma départemental de coopération intercommunale des Yvelines. 2012. Mention : Très bien.</i>	DSC 2012 76
<i>ROUAN (Guillaume).- L'hologram advertising : de l'enchantement des imaginaires aux promesses d'une nouvelle forme de marketing de la relation client. 2012. Mention : Très bien.</i>	DSC 2012 77

Les mémoires en <i>italique</i> sont à demander aux bibliothécaires.

2013

- STUL (Nelly).- Enjeux et stratégies de mise en visibilité d'une institution : le conseil économique, social et environnemental : de l'ombre à la lumière / Nelly Stul. 2013. Mention : Très bien.* **DSC
2013
01**
- ROUSSEL (Victor).- Le renouvellement des représentations des femmes actives sur Internet : entre stratégies militantes et mise en scène de soi. 2013. Mention : Très bien.* **DSC
2013
02**
- BUSSEUIL (Valérie).- Strasbourg : à la recherche d'une nouvelle culture ? : l'identité et la culture dans la politique de renouvellement d'image de la ville. 2013. Mention : Très bien.* **DSC
2013
03**
- VACCARO (Pierre).- Les labels RSE : nouveaux signes de la responsabilité sociétale des entreprises ? : l'exemple de la labellisation Lucie de l'agence de communication BRIEF. BRIEF. 2013. Mention : Très bien.* **DSC
2013
04**
- ANGHILANTE (Diane).- Les organismes sans but lucratif et la mobilisation de la jeune génération : le potentiel des médias sociaux. 2013. Mention : Bien.* **DSC
2013
05**
- POPADINA (Anastasia).- Vers la communication interne partagée : un moyen d'harmoniser la réalité interne du projet EVPS et l'idéal externe de la banque HSBC. HSBC. 2013. Mention : Très bien.* **DSC
2013
07**
- JARDIN (Arnaud).- Un député de l'assemblée nationale peut-il parler d'Europe ? 2013. Mention : Bien.* **DSC
2013
08**
- PRADELS-BOUTTEVILLE (Vivian).- Les affiches électorales des candidats EELV/PS aux élections législatives de 2012. 2013. Mention : Très bien.* **DSC
2013
09**
- AMIEL (Diane).- L'implantation de la personnalisation dans les stratégies numériques des musées. 2013. Mention : Bien.* **DSC
2013
11**
- BINET (Natalie).- Campagne présidentielle de 2012 : la normalité de François Hollande. 2013. Mention : Très bien.* **DSC
2013
12**
- GREBENNIKOVA (Larisa).- Des Etats-Unis en France : comment l'entreprise KFC, un leader mondial du secteur de la restauration rapide, peut-elle adapter sa recette efficace de communication institutionnelle aux réalités du marché français ? 2013. Mention : Bien.* **DSC
2013
13**

Les mémoires en *italique* sont à demander aux bibliothécaires.

<i>PUIG (Sophie).- Dispositifs numériques, web social, cultures juvéniles : quels enjeux pour les communications de prévention ? 2013. Mention : Très bien.</i>	DSC 2013 14
<i>PUIG (Juliette).- L'investissement symbolique du non-lieu : comment les signes de la parisienneté transfigurent le caractère a-identitaire de l'aéroport : le cas des Aéroports de Paris. 2013. Mention : Très bien.</i>	DSC 2013 15
<i>McLEAN (Philippa).- Communication interne et intégration d'entreprise acquise. 2013. Mention : Bien.</i>	DSC 2013 16
<i>BASSEGODA (Léa).- L'intranet comme instrument d'optimisation de la communication interne : le cas Louis Vuitton - Zone Europe du Nord. LOUIS VUITTON. 2013. Mention : Très bien.</i>	DSC 2013 17
<i>GIOLI-VIOT (Agathe).- La communication des ONG humanitaires : entre publicitarité et déontologie. 2013. Mention : Très bien.</i>	DSC 2013 18
<i>MADEC (Delphine).- Humour et ironie dans la communication humanitaire : l'irruption du moins sérieux, vers un nouvel ordre de discours au sens de Michel Foucault ? 2013. Mention : Bien.</i>	DSC 2013 19
<i>MOULINS (Mahaut de).- Exposer, s'exposer : l'influence de la mission de démocratisation des centres d'art sur leur communication : le cas du Palais de Tokyo depuis sa réouverture. 2013. Mention : Bien.</i>	DSC 2013 20
<i>HODEE (Anne-Sophie).- La nantailité : identité originale de la ville de Nantes : la construction de l'identité de la ville de Nantes dans la stratégie communicationnelle de la ville. 2013. Mention : Très bien.</i>	DSC 2013 21
<i>DECREAU (Ghislain).- Les mobilités urbaines du Grand Lyon : faire-valoir d'un territoire 2.0. 2013. Mention : Très bien.</i>	DSC 2013 22
<i>GUYOT CHAPELAIN (Sylvie).- L'impact du discours d'influence sur l'identité d'une organisation : le cas du lobbying de l'Unicef France. 2013. Mention : Bien.</i>	DSC 2013 23
<i>BARBIER (Maxime).- Politique sportive locale et enjeux de communication : l'exemple de Lyon. 2013. Mention : Très bien.</i>	DSC 2013 24
<i>DRANE (Maëva).- Faire équipe à l'international : le déploiement de la plateforme de communication Société Générale « Développons ensemble l'esprit d'équipe » au sein du réseau de la Banque de détail Hors France Métropolitaine. SOCIÉTÉ GÉNÉRALE. 2013. Mention : Très bien.</i>	DSC 2013 25

Les mémoires en <i>italique</i> sont à demander aux bibliothécaires.

ROGER-VASSELIN (Laurianne).- <i>L'analyse du discours médiatique sur la déconnexion : une étude des capacités réflexives et représentatives du média Internet. 2013. Mention : Très bien.</i>	DSC 2013 26
SOKAL (Éléonore).- <i>Le magazine interne au service de la restructuration d'une organisation multiculturelle : l'exemple du magazine « in ! » chez Total Marketing & Services. TOTAL. 2013. Mention : Bien.</i>	DSC 2013 27
SEHIL (William).- <i>Le Cartoville de Cergy-Pontoise : un outil marketing au service de l'attractivité d'un territoire. 2013. Mention : Très bien.</i>	DSC 2013 29
DA SILVA (Déborah).- <i>La transmission du savoir sur Internet : des usages aux mécanismes de circulation : l'exemple des conférences TED. 2013. Mention : Bien.</i>	DSC 2013 30
DISSAKE-SOPPO (Vanessa).- <i>Defacto : le nouveau visage de la Défense : territoire, enjeux d'image et légitimité institutionnelle. HAVAS WORLDWIDE PARIS. 2013. Mention : Très bien.</i>	DSC 2013 31
VALLAS (Marie).- <i>Ouverture des données publiques et implication citoyenne : comment ouvrir la voie d'une « social open data » ? 2013. Mention : Très bien.</i>	DSC 2013 32
AUBOUIN (Estelle).- <i>Entre droit à l'oubli et nouveaux usages digitaux : la naissance du web éphémère. 2013. Mention : Bien.</i>	DSC 2013 33
BOUDERBALLA (David).- <i>Les politiques et les salaires de footballeurs : mythes sportifs, politique-spectacle et crise française dans la mondialisation : été 2012. 2013. Mention : Très bien. (2 volumes).</i>	DSC 2013 34
LAC (Camille).- <i>Les représentations du genre dans les jeux vidéo : de l'usage des stéréotypes comme levier d'appropriation et de circulation. 2013. Mention : Très bien.</i>	DSC 2013 35
CURE (Marion).- <i>Les sites Web destinés aux communautés diasporiques : le cas du forum Yabiladi. 2013. Mention : Bien.</i>	DSC 2013 36
TORO-ENGEL (Anaïs).- <i>Créativité 2.0 et plates-formes d'hébergement vidéo : le grand détournement. 2013. Mention : Bien.</i>	DSC 2013 37
LEGENDRE (Solène).- <i>La mise en place d'une stratégie digitale sur les réseaux sociaux par les ressources humaines et la communication : une opportunité pour le développement de la notoriété d'une entreprise ? l'exemple de Safran. SAFRAN. 2013. Mention : Très bien.</i>	DSC 2013 39

Les mémoires en *italique* sont à demander aux bibliothécaires.

<i>BELLO (Caroline).- La présence des intermédiaires privés dans la conception et la production des grandes expositions de sciences et société : porteuse de quelles évolutions pour l'institution muséale ? : exemple avec « L'Économie, krach, boom, mue ? », une exposition Universcience à la Cité des Sciences et de l'Industrie. 2013. Mention : Très bien.</i>	DSC 2013 40
<i>MESSAGER (Emmanuelle).- Grands Hôtels : des lieux en quête d'innovations symboliques, communicationnelles et médiatiques : le cas des politiques culturelles et artistiques des hôtels. 2013. Mention : Très bien.</i>	DSC 2013 41
<i>HATCHIKIAN (Ingrid), MIGNOT (Charlotte), COSTE (Benjamin).- Les promesses du tourisme créatif et leurs traductions médiatiques : simple tendance ou réelle innovation structurelle ? 2013. Mention : Très bien.</i>	DSC 2013 42
<i>COLIN (Stéphanie), PLAIDEUR (Didier).- Le repositionnement de la destination Val de Marne à l'heure du tourisme métropolitain, créatif et participatif. 2013. Mention : Très bien.</i>	DSC 2013 43
<i>BURG (Pierre-Emmanuel).- Les festivals numériques, écho événementiel des logiques métropolitaines : le cas du festival Futur en Seine. 2013. Mention : Très bien.</i>	DSC 2013 44
<i>GROSEIL (Matthieu).- L'affaire Cahuzac : nouvelle source de défiance envers le politique. 2013. Mention : Très bien.</i>	DSC 2013 45
<i>BOISSEAU (Marie).- L'image de Neuilly-sur-Seine : quel rôle pour la communication institutionnelle dans une ville qui se veut discrète malgré sa forte visibilité médiatique ? 2013. Mention : Bien.</i>	DSC 2013 46
<i>VANTOURS (Léa).- Construction identitaire des jeunes sur Facebook : quelle(s) stratégie(s) digitale(s) pour les marques ? 2013. Mention : Très bien.</i>	DSC 2013 47
<i>LHOMMEAU (Clément).- Analyse des enjeux, des circulations et de la valorisation symbolique du concept de « Massive Open Online Course ». 2013. Mention : Très bien.</i>	DSC 2013 48
<i>CORMIER (Alice).- Le vidéo clip musical interactif : outil de promotion 2.0 ? 2013. Mention : Bien.</i>	DSC 2013 51
<i>VALKOVICS (Tünde).- Les blogs influents : leur légitimité et leur positionnement dans le système médiatique contemporain. 2013. Mention : Bien.</i>	DSC 2013 52
<i>GROFFE (Andréa).- L'usage des réseaux sociaux par les associations humanitaires françaises. 2013. Mention : Bien.</i>	DSC 2013 53

Les mémoires en <i>italique</i> sont à demander aux bibliothécaires.

<i>TUJKOVIC (Grégor).</i> - <i>Le problème de la validité de l'information web : une approche des fondements de la légitimité sur Internet. 2013. Mention : Bien.</i>	DSC 2013 54
<i>LASSEUR (Fleur).</i> - <i>La datavisualisation : big data et réseaux connectés : l'eldorado d'un nouvel objet de communication ? 2013. Mention : Bien.</i>	DSC 2013 56
<i>LEYSHON (Rebekah).</i> - <i>Disneyland ® Paris et sa communication sur les marchés internationaux : le rôle des promotions. 2013. Mention : Très bien.</i>	DSC 2013 57
<i>BELTZUNG (Lise).</i> - <i>La communication de la sécurité routière auprès des jeunes conducteurs en France : techniques, impacts et limites : les campagnes emblématiques contre l'alcool au volant. 2013. Mention : Très bien.</i>	DSC 2013 58
<i>ANKAOUA (Raphaëlle).</i> - <i>Participer, contribuer, collaborer : vers une transformation de notre économie. 2013. Mention : Très bien.</i>	DSC 2013 59
<i>DUVERGER (Delphine).</i> - <i>La culture numérique au service des ciné-touristes : proposition d'application pour la destination Paris-Métropole, capitale du cinéma. 2013. Mention : Bien.</i>	DSC 2013 60
<i>RASSAT (Marie).</i> - <i>La diffusion de la numérisation de la mémoire personnelle comme amélioration de la vie quotidienne. 2013. Mention : Bien.</i>	DSC 2013 62
<i>ZUPPINGER (Gauthier).</i> - <i>Facebook ou la théâtralisation d'un nouveau rapport au social. 2013. Mention : Bien.</i>	DSC 2013 64
<i>AMBRE (Bernard).</i> - <i>Rapports d'influence entre l'opinion publique et les décisions politiques : le cas du gaz de schiste. 2013. Mention : Bien.</i>	DSC 2013 66
<i>TAILLANDIER (Anne-Françoise de).</i> - <i>Planning stratégique et spectacle vivant : rationaliser et inspirer la programmation et la communication des institutions de spectacle vivant. 2013. Mention : Bien.</i>	DSC 2013 67
<i>GRANGEON (Christian).</i> - <i>Vers une société inclusive ? : l'accessibilité de la cité et l'inclusion des personnes handicapées dans les politiques d'un Conseil général : l'exemple des Yvelines. 2013. Mention : Bien.</i>	DSC 2013 69
<i>PAUVERT (Amélie).</i> - <i>Notre-Dame-des-Landes, Femen, Manif pour tous, Veilleurs : les nouveaux Indignés : entre court-circuitage de la voie démocratique et mise en péril de l'espace public ? 2013. Mention : Bien.</i>	DSC 2013 71

Les mémoires en *italique* sont à demander aux bibliothécaires.

<i>LUCE (Chloé).- La manif pour tous : stratégie de communication du mouvement de contestation de la loi mariage pour tous. 2013. Mention : Très bien.</i>	DSC 2013 73
<i>DEGRY (Sandrine), TIBERI DI GIOVANNI (Anne-Marie).- Les agences conseil en production de contenus culturels : des entités culturelles et relationnelles à part entière dans un contexte de développement territorial. 2013. Mention : Bien.</i>	DSC 2013 74
<i>PEZET (Pascal).- La sérialité télévisuelle moderne : nouvelle règle du jeu de l'industrie vidéoludique ? 2013. Mention : Bien.</i>	DSC 2013 75
<i>ROBILLARD (Henriette de).- Une communication par le « Like » ou les ressorts d'une appropriation massive : Like pour qui ? Like de quoi ? Le like a-t-il une valeur sociale ? 2013. Mention : Bien.</i>	DSC 2013 77
<i>HENRY (Charlotte).- Pruneaux d'Agen ça vous va bien : une stratégie de communication qui porte ses fruits ? DIRECTION DE L'ACTION CULTURELLE DE LA VILLE D'AGEN. 2013. Mention : Très bien.</i>	DSC 2013 78
<i>SAUTEL (Macha).- La communication des pouvoirs publics en période de crise : le cas des pilules de 3e et 4e génération. 2013. Mention : Bien.</i>	DSC 2013 79
<i>KOVAC (Alexia).- Les discours du changement dans la presse : une analyse des représentations du changement portées par les acteurs de la presse écrite à l'heure de la transition numérique. 2013. Mention : Très bien.</i>	DSC 2013 81
<i>THIREAU (Élise).- Révolution des relations publics 2.0 : mythe ou réalité ? 2013. Mention : Bien.</i>	DSC 2013 83
<i>KAKUSZI (Frédéric).- L'influence d'une loi sur la représentation et les rapports qu'elle entretient avec la population qu'elle concerne : l'exemple de la personne âgée dans notre société. 2013. Mention : Bien.</i>	DSC 2013 84
<i>CHAZOT (Etienne).- Lumière-Grand Lyon Festival : un outil de communication. 2013. Mention : Très bien.</i>	DSC 2013 85
<i>TISON (Bertrand).- Les algues vertes : une opportunité pour une communication responsable en Bretagne ? 2013. Mention : Très bien.</i>	DSC 2013 86

Les mémoires en <i>italique</i> sont à demander aux bibliothécaires.

2014

PENIN (Suzanne).- Jouer en travaillant ou travailler en jouant ? : de l'objet à la structure : étude des représentations du travail sur un site corporate vidéoludique. 2014. Mention : Bien.	DSC 2014 01
GOUPILLON (Dominique).- La danse contemporaine et les cultures médiatiques au service du développement métropolitain : la Briqueterie, une institution innovante ? 2014. Mention : Très bien.	DSC 2014 02
LEYDIER (Léopoldine).- Médiatisation du cirque et de ses métamorphoses : formes, figures et enjeux pour l'association HorsLesMurs. 2014. Mention : Bien.	DSC 2014 03
CHAMBON (Caroline).- Le « crowdfunding » sans contrepartie financière : plus qu'une oeuvre de financement philanthropique, un outil web marketing au service de projets créatifs. 2014. Mention : Très bien.	DSC 2014 04
MEYER (Bérengère).- Les enjeux féminins / féministes dans l'univers de la communication. 2014. Mention : Bien.	DSC 2014 05
COLINET (Marie).- Communiquer l'utopie : Burning Man : le modèle de communication alternatif d'un rassemblement de marginaux devenu organisation à ambition globale. 2014. Mention : Très bien.	DSC 2014 06
DE LA LANDE DE CALAN (Adrien).- Publier pour exister ? : le livre, le politique et les médias. 2014. Mention : Très bien.	DSC 2014 07
KHADIR (Naïma).- Brand content & ligne éditoriale : d'une stratégie de discours vers une stratégie de conversation : cas Nexans. 2014. Mention : Bien.	DSC 2014 08
JIN (Claire).- Les algorithmes du web mènent-ils la danse des usages ? : regards croisés d'utilisateurs, entre discours critiques et pratiques acritiques : analyse et synthèse d'une enquête qualitative sous forme d'entretiens demi-directifs menés auprès de 25 usagers de plates-formes web, de mars 2014 à juillet 2014. 2014. Mention : Très bien.	DSC 2014 09
MILLARD (Thomas).- Les représentations des PPP dans la sphère médiatique française. 2014. Mention : Très bien.	DSC 2014 10
NUGUES (Laurie).- Évolution de la sacralisation de la représentation des hommes politiques : maîtrise ou perte de contrôle de l'image dans une société hypermédiatisée ? 2014. Mention : Bien.	DSC 2014 11

Les mémoires en *italique* sont à demander aux bibliothécaires.

GARCIA (Eva).- La rencontre du monde fictif et du monde social en littérature : une nouvelle forme de médiation de l'auteur et de son œuvre envers leur public ? 2014. Mention : Très bien.	DSC 2014 12
ROUX-DESSARPS (Henry).- L'instrumentalisation politique des artistes : l'exemple de Johnny Hallyday. 2014. Mention : Très bien.	DSC 2014 13
AYMON (Solène).- Renforcement du sentiment d'appartenance et de cohérence de la marque : le cas de la nouvelle identité globale d'Oxfam. 2014. Mention : Bien.	DSC 2014 14
MALLEVAEY (Étienne).- Qatar Saint-Germain : le football comme levier de réputation internationale : exemple du Qatar et du Paris-Germain. 2014. Mention : Très bien.	DSC 2014 15
CELEYRON (Apolline).- Promouvoir la consommation responsable d'alcool pour construire son image corporate : l'exemple de Pernod Ricard. 2014. Mention : Bien.	DSC 2014 16
HÉBERT (Frédérique).- Le musée polysémique : entre objet politique et architecture spectaculaire : le cas du MuCem. 2014. Mention : Très bien.	DSC 2014 17
BOUSRY (Melina).- La construction de la figure du nouveau touriste : sa circulation dans l'espace social et son déploiement dans l'espace digital. 2014. Mention : Très bien.	DSC 2014 18
LONGERAY (Pierre-Amaury).- La communication de l'organisation terroriste Daesh 2014. Mention : Très bien.	DSC 2014 19
MAJEUNE (Justine).- L'imaginaire de la franc-maçonnerie dans la presse. 2014. Mention : Très bien.	DSC 2014 20
BOUËR-JAAFAR (Sarah).- Les relations amoureuses à l'épreuve des interfaces de rencontre en ligne : dans quelle mesure les interfaces de rencontres en ligne participent-elles au désenchantement de la relation amoureuse ? 2014. Mention : Très bien.	DSC 2014 21
BITAN (Lucile).- Le concert interactif : une opportunité de renouvellement du spectacle vivant à l'ère numérique ? 2014. Mention : Très bien.	DSC 2014 22
HINCELIN (Claire), NICAISE (Amélie).- Les conférences gesticulées : un récit individuel qui vise à un changement collectif. 2014. Mention : Bien.	DSC 2014 23

Les mémoires en *italique* sont à demander aux bibliothécaires.

BENSOUSSAN (Alexandra).- Du détournement culturel au même Internet : logiques du traitement de la culture de masse sur 9gag.com. 2014. Mention : Très bien.	DSC 2014 24
REDON (Ségolène).- Entre contestation politique et contestation culturelle : le cas des Bonnets rouges. 2014. Mention : Bien.	DSC 2014 25
ESBERT (Stéphanie).- Accompagner l'entreprise en mouvement : le rôle de la communication pour mobiliser les collaborateurs dans une démarche de construction participative au cœur d'une entreprise en transformation : l'exemple de La Poste. 2014. Mention : Très bien.	DSC 2014 26
BARETS (Laure).- L'humour dans les collectivités territoriales françaises : un point de vigilance. 2014. Mention : Très bien.	DSC 2014 27
PEEL (Joanna).- Les stratégies de communication digitale des musées : un outil d'enrichissement de la visite muséale. 2014. Mention : Très bien.	DSC 2014 28
SLIM (Héla).- Le mythe John Fitzgerald Kennedy et ses formes communicationnelles dans notre société contemporaine. 2014. Mention : Bien.	DSC 2014 29
ROSENBLATT (Camille).- La place de la communication dans le secteur social et médico[-]social privé non lucratif en France aujourd'hui. FÉDÉRATION DES ÉTABLISSEMENTS HOSPITALIERS ET D'AIDE A LA PERSONNE (FEHAP). 2014. Mention : Très bien.	DSC 2014 30
DARTIGUENAVE (Inès).- La communication au service de l'innovation : le délicat équilibre entre l'accompagnement du changement et le risque de l'innovation washing. 2014. Mention : Très bien.	DSC 2014 31
BREDIN (Lucien).- La stratégie de communication de la FIFA au regard de la notion de transparence. 2014. Mention : Bien.	DSC 2014 32
VAUCHERET (Anne-Sophie).- Partager la science : Universcience et sa politique d'exposition : le cas de l'exposition « La voix, l'expo qui vous parle » (Cité des Sciences et de l'Industrie). 2014. Mention : Très bien.	DSC 2014 33
BOURGEOIS (Clémence). Le tutoriel beauté sur Youtube : ou comment la transmission d'expérience entre amateurs sur le web redéfinit la relation aux cosmétiques. 2014. Mention : Bien.	DSC 2014 34
CUDENNEC (Agnès).- Un enjeu démocratique : prendre soin de la voix de l'autre : cas de la décision médicale partagée à la HAS. 2014. Mention : Très bien.	DSC 2014 35

Les mémoires en <i>italique</i> sont à demander aux bibliothécaires.

ALBUQUERQUE CREMONESE (Heloisa de).- Le cas du Musée du Football de Sao Paulo : un reflet du contemporain. 2014. Mention : Bien.	DSC 2014 36
HEMERY (Simon).- Des « maps » aux « cards » : enjeux communicationnels de l'implication dans le processus cartographique. 2014. Mention : Très bien.	DSC 2014 37
JAN (Pierre-François).- Le discours du changement. 2014. Mention : Très bien.	DSC 2014 38
NOETINGER (Grégoire).- Punir au nom de la France : la communication présidentielle sur l'éventualité d'une intervention militaire en Syrie entre le 15 Juillet et le 15 septembre 2013. HAVAS WORLDWIDE PARIS. 2014. Mention : Très bien.	DSC 2014 39
HAMOU (Julien).- L'implantation des MOOCs dans le système de l'enseignement supérieur français : le cas de l'initiative France Université Numérique : débat et traitement médiatique. 2014. Mention : Très bien.	DSC 2014 40
LATIRRE (Marie).- Le territoire urbain au défi de la métropolisation culturelle : le cas de Montréal. 2014. Mention : Très bien.	DSC 2014 41
DEFOSSE (Virginie).- La culture d'entreprise : élément fédérateur au coeur de la stratégie de communication interne d'un groupe international : le cas d'Edenred. EDENRED INTERNATIONAL. 2014. Mention : Bien.	DSC 2014 42
CHARRON (Lisa).- La communication des chefs à l'ère du tout visible : de la cuisine ouverte à la cuisine spectacle : redéfinition de la place et des outils de communication des chefs cuisiniers français dans l'espace public. LE PUBLIC SYSTÈME. 2014. Mention : Bien.	DSC 2014 43
DOLLET (Emmanuel).- Des wikis et des hommes : imaginaire collaboratif et médiations archipéliques. 2014. Mention : Très bien.	DSC 2014 44
LORPHELIN (Claudine).- Le jeu sérieux : une nouvelle fenêtre de tir en éducation thérapeutique : le cas de la maladie d'Alzheimer. 2014. Mention : Bien.	DSC 2014 45
SARFATI (Claire).- Du simple sourire aux personnages coloriés et animés : en quoi l'évolution des smileys leur permet aujourd'hui d'être envisagés comme un langage à part entière [?]. 2014. Mention : Bien.	DSC 2014 46
GOURIOU (Chloé).- Radios et partenariats : entre construction d'image de marque d'un média et associations médiatiques. 2014. Mention : Très bien.	DSC 2014 47

Les mémoires en <i>italique</i> sont à demander aux bibliothécaires.

PICHOT (Laure).- Les tentatives de réhumanisation des dispositifs de communication et de formation médiatisée appliquées au concept de « Massive Open Online Courses » (MOOC). 2014. Mention : Bien.	DSC 2014 48
SETTA (Virna).- Le concert diffusé en streaming : une nouvelle pratique d'écoute ou simple duplication de l'œuvre ? 2014. Mention : Bien.	DSC 2014 49
BRAUN (Élisa).- « Nichons-nous dans Internet » et « Studio 404 » : penser Internet hors d'Internet ou les enjeux d'une remédiation. 2014. Mention : Très bien.	DSC 2014 50
LADOUCETTE (Flore de).- L'arrivée des MOOC en France : comment les médias ont vu en l'outil pédagogique un outil de communication [?]. EDELMAN BERLAND. 2014. Mention : Bien.	DSC 2014 51
POLOMACK (Valérie).- Avant, pendant, après la visite : les trois temps des musées et du web 2.0. 2014. Mention : Très bien.	DSC 2014 52
JACQUES-SZARMACH (Sandra).- Flat design : de l'idéologie à l'utopie : analyse des discours et des enjeux du concept. 2014. Mention : Bien.	DSC 2014 53
AUGÉ (Geneviève).- La construction de l'identité de groupe : le cas du Groupe SOS. 2014. Mention : Très bien.	DSC 2014 54
GOUGE (Lucile).- La culture numérique existe-t-elle ? : les discours d'affirmation et de légitimation du numérique comme culture. 2014. Mention : Très bien.	DSC 2014 55
HURARD (Benjamin).- Le rôle de la communication digitale dans le branding de l'Union européenne : cas du projet-pilote « un nouveau récit pour l'Europe ». 2014. Mention : Bien.	DSC 2014 56
RUELLAN (Maëlla).- Les enjeux des contributions écrites dans les réseaux sociaux numériques de lecteurs. 2014. Mention : Bien.	DSC 2014 57
BENDAOUD PREVOST (Sanae).- La Cité de la gastronomie de Paris-Rungis : vers une stratégie de communication culturelle et touristique inscrite dans le Grand Paris. 2014. Mention : Très bien.	DSC 2014 58
BARIERAUD (Anne Laure).- Tourisme, réseaux sociaux et brand content : vers une réinvention de la communication touristique. 2014. Mention : Bien.	DSC 2014 59

Les mémoires en *italique* sont à demander aux bibliothécaires.

HAMINI (Linda).- Le blog mode : espace numérique d'un nouveau discours de mode ? : analyse des blogs mode et de leurs enjeux idéologiques et communicationnels. 2014. Mention : Très bien.	DSC 2014 60
HOBÉNICHE (Isis-Léa).- Le youtube star-system : clips et stars aux cents millions de vues. 2014. Mention : Très bien.	DSC 2014 61
LEGRAND (Pauline).- Newsgames : l'information à jouer. 2014. Mention : Très bien.	DSC 2014 62
OLIVE (François).- L'application Yo : du message au contexte. 2014. Mention : Bien.	DSC 2014 63
RICHY (Claire).- La métaphore de la bulle de filtres. 2014. Mention : Bien.	DSC 2014 64
RUTHY (Matthieu).- Intuitivité et interfaces graphiques utilisateurs : le cas des interfaces tactiles. 2014. Mention : Très bien.	DSC 2014 65
PEIGNÉ (Marie).- Merci pour ce moment : au cœur des mœurs de la monarchie républicaine. 2014. Mention : Bien.	DSC 2014 66
BINI (Jean-Baptiste).- Pratiques numériques et singularité : le cas de la photographie mobile. 2014. Mention : Bien	DSC 2014 67
MARTIN (Lucie).- Les applications citoyennes : outils au service de la démocratie participative ? 2014. Mention : Bien.	DSC 2014 68
ROUX (Manon).- « Agir. Réagir. Accomplir » : communiquer sur les élections européennes pour mieux réunir : le défi du Parlement européen. 2014. Mention : Très bien.	DSC 2014 69
MARSAUD (Camille).- L'Etat a-t-il sa place dans notre vie privée ? : une analyse des campagnes de prévention contre le tabac. 2014. Mention : Très bien.	DSC 2014 70
NOUVELLON (Isabelle).- Le village : indicateur anthropologique de la consommation urbaine ? 2014. Mention : Très bien.	DSC 2014 71

Les mémoires en *italique* sont à demander aux bibliothécaires.

2015

BONPUNT (Florence), DUMAS (Laure).- Innovation participative et management des idées : perspectives critiques. 2015. Mention : Bien.	DSC 2015 01
TRAUB (Olivia).- Dans quelles mesures une émission musicale peut-elle contribuer à la modernisation de l'image d'une chaîne de télévision ? : étude de cas : la marque « Alcaline » sur France 2. SERVICE DE PRESSE DE FRANCE 2. 2015. Mention : Bien.	DSC 2015 02
NEVILLE (Su-Lian).- La Chasse aux Trésors de Paris : approche communicationnelle d'un événement parisien dans le contexte métropolisation. 2015. Mention : Très bien.	DSC 2015 03
SAINT-JULLIAN (Olivia).- La communication online des associations : un eldorado pour le recrutement de nouveaux donateurs. ASSOCIATION DEBOUT. 2015. Mention : Bien.	DSC 2015 04
DUONG (Ngoc Tu Quyen).- Les réseaux sociaux : nouvel outil de la réaction collective 2.0 ? 2015. Mention : Assez bien.	DSC 2015 05
CROS (Laurence).- Les gares du Grand Paris : marqueurs culturels et touristiques : approches symboliques, médiatiques et territoriales : lieux et temps du projet du Grand Paris Express. 2015. Mention : Bien.	DSC 2015 06
LIU (Ying).- Ubifrance en Chine : une stratégie spécifique pour la communication externe. NEIJIANG TV STATION. 2015. Mention : Bien.	DSC 2015 07
ASTRUC (Christophe)-. Marketing territorial : les commémorations du centenaire de la Grande Guerre : une opportunité stratégique pour le Pays de Meaux. 2015. Mention : Très bien.	DSC 2015 08
FLÉCHET (Vanessa).- La communication « comportementale » : une solution miracle pour l'adoption d'écogestes et la maîtrise de la consommation d'énergie ? 2015. Mention : Très bien.	DSC 2015 09
SÉNÉCAT (Hugo).- La SNCF en Île-de-France à l'épreuve de l'opinion publique et politique. SNCF TRANSILIEN. 2015. Mention : Très bien.	DSC 2015 10
MASSONNEAU (Arthur).- La place de l'étudiant dans le branding des établissements d'enseignement supérieur. 2015. Mention : Bien.	DSC 2015 11

Les mémoires en *italique* sont à demander aux bibliothécaires.

APOSTU (Carmen).- La mobilisation citoyenne sur la « twittosphère » autour des attentats de janvier 2015 en France. 2015. Mention : Bien.	DSC 2015 12
TROADEC (Ségolène).- L'identité à l'appui d'une stratégie de territoire : le cas de la région Bretagne. GROUPE UDI DE L'ASSEMBLÉE NATIONALE. 2015. Mention : Très bien.	DSC 2015 13
PONS (Louis-Marie).- Le Conseil des ministres : un outil de communication politique. 2015. Mention : Assez bien.	DSC 2015 14
ROYER (Élisabeth).- La légitimation d'une institution du débat public : à l'heure du numérique. 2015. Mention : Très bien.	DSC 2015 15
DUPLAN (Charly).- La communication des maires sur les risques majeurs et en période de crise : saisir des opportunités au-delà des contraintes. 2015. Mention : Très bien.	DSC 2015 16
BRUNET (Yohann).- Culture et image du président sous la Cinquième République : analyse de la culture dans la communication présidentielle sous la Cinquième République en tant qu'outil d'incarnation. 2015. Mention : Bien.	DSC 2015 17
BOUTET (Isabelle).- Impacts des discours conspirationnistes sur la communication officielle. 2015. Mention : Bien.	DSC 2015 18
OMARI (Marie-Angel).- L'organisation internationale de la francophonie : intérêts et risques de son évolution. UNION DES GROUPEMENTS D'ACHAT PUBLIC. 2015. Mention : Bien.	DSC 2015 19
JEUFFÉ (Sarah).- L'évolution de la Manif pour Tous à travers sa politique de communication au lendemain des grandes manifestations : 26 mai 2013 - 2 février 2014. 2015. Mention : Bien.	DSC 2015 20
HERER (Grégoire).- La transparence, un levier de communication hybride au service de la légitimation de la Banque centrale européenne. 2015. Mention : Très bien.	DSC 2015 22
GARNIER (Laura).- L'institutionnalisation des récits mémoriels dans l'espace public français : le cas du génocide arménien de 1915. 2015. Mention : Très bien.	DSC 2015 23
BOULECHLOUCHE (Mélanie).- De l'art de répondre au peuple : le discours post-électoral : les cas du discours de Marine Le Pen, Manuel Valls et François Fillon au soir des élections européennes du 25 mai 2014. 2015. Mention : Très bien.	DSC 2015 24

Les mémoires en <i>italique</i> sont à demander aux bibliothécaires.

BOEGLY (Marie).- Publics à l'œuvre : enjeux des dispositifs de médiation participatifs pour les musées et leur marque. 2015. Mention : Bien.	DSC 2015 25
BOISSON (Laurène).- Les sondages d'opinion : un engagement fictif ou réel ? : typologie des utilisations des sondages d'opinion entre février 2002 et juillet 2015. 2015. Mention : Assez bien.	DSC 2015 26
CHABANE (Lahouaria).- Fusion des régions à l'heure de la réforme territoriale : le rôle et les enjeux de la communication dans la construction d'un nouveau territoire : le cas Nord-Pas-De-Calais-Picardie. 2015. Mention : Bien.	DSC 2015 27
DESMET (Nina).- La laïcité : du consensus républicain à l'argument politique au service de la fonction présidentielle? (2007-2015) ? 2015. Mention : Très bien.	DSC 2015 28
GUIGNARD (Fanny).- Les programmations culturelles des pôles universitaires internationaux comme levier d'attractivité : le cas de l'Université Paris-Saclay : approche communicationnelle. 2015. Mention : Bien.	DSC 2015 29
LARMANDIEU (Florian).- Un marketing territorial pour le Béarn : « que se'n va tot medish ? » : analyse du processus de construction d'un marketing territorial : le cas du Béarn. 2015. Mention : Bien.	DSC 2015 30
MOLINA QUEBRADA (Laura A.).- Rôle de la communication dans la transition d'un groupe subversif illégal à un acteur politique légal et légitime : négociations de paix en Colombie à La Havane-Cuba. 2015. Mention : Assez bien.	DSC 2015 31
ROCHE (Béatrice).- L'appropriation du mécénat participatif par les institutions culturelles : les cas du musée du Louvre, de l'Opéra national de Paris et du château de Versailles. 2015. Mention : Très bien.	DSC 2015 32
TRAJAN (Violaine).- Les enjeux du numérique pour la participation citoyenne à l'échelle locale : les dispositifs des budgets participatifs et « Madame la maire j'ai une idée » de la Ville de Paris (2014 et 2015). 2015. Mention : Très bien.	DSC 2015 33
BENYEKKOU-FRANCQ (Luccia).- Déconnexion digitale : entre construction contemporaine et retour à la nature : le cas de Camp Grounded, camp d'été de « digital detox » pour adultes. 2015. Mention : Bien.	DSC 2015 34
WYNNE (Som).- La mise en scène de la proximité avec l'électeur en communication politique : le premier tour de l'élection présidentielle de 2012. 2015. Mention : Très bien.	DSC 2015 35
CABRIT (Hugo).- Le football moderne et la fabrication de héros stéréotypés, véritables mythes en puissance : le cas Zlatan Ibrahimovic. 2015. Mention : Très bien.	DSC 2015 36

Les mémoires en <i>italique</i> sont à demander aux bibliothécaires.

POULET (Vadim).- Médiactivisme et encyclopédisme : le classement et son rôle de légitimation. 2015. Mention : Très bien.	DSC 2015 37
MINET (Muriel).- La participation citoyenne dans l'action publique : le défi d'une accessibilité concertée. 2015. Mention : Très bien.	DSC 2015 38
TA (Ngoc Son).- L'approche culturelle de la communication touristique de la ville d'Halong. 2015. Mention : Assez bien.	DSC 2015 39
HELLE-NEYRENEUF (Sophie) et MARROCCO (Coralba).- Le rôle de la communication dans une opinion publique en dissensus sur des sujets d'intérêt général : les cas de l'environnement avec l'Agence Nationale pour la gestion des déchets radioactifs en France et de la culture avec le Teatro Valle Occupato en Italie. 2015. Mention : Très bien.	DSC 2015 40
GHANDOUR (Suzan).- L'avenir des petites galeries d'art contemporain : dans le nouvel univers concentré et globalisé de l'art contemporain, les petites galeries sont menacées de disparition. 2015. Mention : Assez bien.	DSC 2015 41
GIBIARD (Fany).- Les enjeux de la presse territoriale pour la confiance des citoyens dans la parole publique : le magazine externe de la région Ile-de-France (2005-2015). 2015. Mention : Très bien.	DSC 2015 42
AUFRECHTER (Fabien).- Les élections primaires comme outil de communication politique : l'exemple des premières primaires du parti Républicain. 2015. Mention : Bien.	DSC 2015 43
VARIN (Cécile).- De « la longue maladie » à « Rose magazine » : comment expliquer le changement de paradigme autour du cancer en France entre 1994 et 2014 ? 2015. Mention : Bien.	DSC 2015 44
MARQUER (Sarah).- Fondation d'utilité publique et communication : l'exemple de l'opération Pièces Jaunes. 2015. Mention : Bien.	DSC 2015 45
GOUTAL (Sandrine).- Outils numériques en entreprise : les salariés doivent-ils être visibles pour exister ? : les cas de Piazza, le réseau social d'entreprise d'Orange et de Castro TV, la télévision interne de Castorama. 2015. Mention : Bien.	DSC 2015 47
NESCI (Pascale).- Football et protestations : le cas de la Coupe du monde au Brésil. 2015. Mention : Assez bien.	DSC 2015 48

Les mémoires en <i>italique</i> sont à demander aux bibliothécaires.

STRIFFLER (Cécile).- Qu'est-ce qu'être français ? analyse de la circulation du concept d'identité dans les discours de Nicolas Sarkozy, Ségolène Royal, Alain Juppé et Martine Aubry lors du débat sur l'identité nationale (2009-2012). 2015. Mention : Très bien.	DSC 2015 49
BELLON (Chloé).- Impacts écologiques du numérique : à quel point la question de l'impact des TIC sur l'environnement est-elle connue et comprise aujourd'hui ? 2015. Mention : Bien.	DSC 2015 50
RAMSAHYE (Shadia).- Le projet dit « open » entre discours, imaginaires et outils mis à disposition : « Open Translation Project » de TED. 2015. Mention : Très bien.	DSC 2015 51
BECKER (Camille).- Les blogs de voyage : nouveau levier d'influence dans les stratégies marketing de l'industrie touristique : entre authenticité du discours et marchandisation du dispositif. 2015. Mention : Très bien.	DSC 2015 52
DOCHTERMANN (Anaïs).- Vidéos YouTube de chorégraphes : le média d'une nouvelle pratique de la danse : diffusion de contenus et de savoirs. 2015. Mention : Bien.	DSC 2015 53
MAURAS (Christelle).- Médiatisation des compétitions motocyclistes : le rôle de l'éthos du pilote dans la construction du système de valeurs de la communauté motarde. 2015. Mention : Très bien.	DSC 2015 54
REINENBERGH (Sandra).- Le blogueur militaire traitant des questions de défense : quels enjeux pour la communication institutionnelle de défense ? 2015. Mention : Très bien.	DSC 2015 55
FRANVILLE (Marie).- TEDx : la construction d'un terrain de communication de TED. 2015. Mention : Bien.	DSC 2015 56
MONIN (Jeanne).- L'utilisation des Serious Games comme outils de valorisation du patrimoine culturel. 2015. Mention : Bien.	DSC 2015 57
GARNIER (Marjolaine).- Courses contre le cancer du sein : cette mise en visibilité du soutien à une cause constitue-t-elle un nouveau paradigme de communication dans la lutte contre les maladies ? 2015. Mention : Bien.	DSC 2015 58
LECOMTE (Alexis).- Entre ruptures et héritages : l'homme providentiel en politique française. 2015. Mention : Bien.	DSC 2015 59
KAYALI (Laura).- Le discours politique français sur l'Union Européenne : entre désamour et ambiguïté : l'exemple des élections européennes de 2014. 2015. Mention : Assez bien.	DSC 2015 60

Les mémoires en <i>italique</i> sont à demander aux bibliothécaires.

BOURLIAUD (Claire).- La communication interne des universités : facteur de réussite des transformations en cours ? : les exemples de l'Université Pierre et Marie Curie (UPMC) et de l'Université Paris-Sorbonne. 2015. Mention : Assez bien.	DSC 2015 61
GUILLOTON (Romain).- La vie du marché du jeu vidéo indépendant : appréhender le potentiel des individus dans l'économie des réseaux. 2015. Mention : Très bien.	DSC 2015 62
IEHL (Clara).- La communication du mécénat d'entreprise : entre éthique et stratégie de valorisation : focus sur les fondations d'entreprise. 2015. Mention : Très bien.	DSC 2015 63
LE JOUBIOUX (Margaux).- Communiquer le patrimoine : l'exemple de la programmation régionale des Journées européennes du patrimoine. 2015. Mention : Très bien.	DSC 2015 64
VIDAL (Floriane).- La prescription amatrice comme levier de communication littéraire : Babelio ou la monétisation de la recommandation sociale autour du livre. 2015. Mention : Très bien.	DSC 2015 65
LALVEE (Laura).- Le festival de photographie et sa communication du changement : enjeux de maîtrise du temps, de l'espace et des discours : le cas des Rencontres d'Arles 2015. 2015. Mention : Très bien.	DSC 2015 66
GRUSON (Julie).- Entrepreneuriat social et communication : la communication vecteur de structuration d'un mouvement. 2015. Mention : Très bien.	DSC 2015 67
MONTOISY (Alizée).- Quand l'Ailleurs conquiert l'art contemporain : « Beauté Congo – 1925-2015 – Congo Kitoko ». 2015. Mention : Très bien.	DSC 2015 68
BARBOSA LIMA (Fabia).- De l'impératif de connexion à la déconnexion volontaire : vers une circulation des mythes et imaginaires d'Internet. 2015. Mention : Très bien.	DSC 2015 69
FAUVEL (Léo).- Voyages d'un narratif : entre réécriture et détournements : le cas de la « SCP Foundation ». 2015. Mention : Très bien.	DSC 2015 70
LE FOURN-ARANDA (Lélia).- Le « crowdsourcing créatif » : ou l'euphorie enchantresse d'un outil économique-marketing. 2015. Mention : Très bien.	DSC 2015 71
DEVAUX (Élise).- I, Pepper : le robot social : vers une redéfinition des rapports au dispositif numérique ?. 2015. Mention : Très bien.	DSC 2015 72

Les mémoires en *italique* sont à demander aux bibliothécaires.

STYPAK (Gabrielle).- Théâtre & numérique : une approche communicationnelle à l'heure des transformations digitales. 2015. Mention : Très bien.	DSC 2015 73
LESCURE (Marianne).- Sport "connecté" et socialité numérique : de la quantification de soi à la médiation de soi dans les communautés virtuelles. 2015. Mention : Très bien.	DSC 2015 74
BONNAUD (Pierre-Marie).- Le troll numérique : figure de disruption du web participatif : éléments d'identification et de gestion du troll au sein d'un environnement collaboratif en ligne. 2015. Mention : Très bien.	DSC 2015 75
COUTEILLER (Elsa).- Emojis et stickers : « Lingua Franca » de nos écrans ? 2015. Mention : Bien.	DSC 2015 76
PILLET (Clara).- De la gratuité sur Internet : étude de cas de Google Inc. 2015. Mention : Bien.	DSC 2015 77
RENOUVEL (Anouk).- L'expérience musicale sur Internet : à travers la formule payante des plateformes de streaming musical que sont Deezer et Spotify. 2015. Mention : Bien.	DSC 2015 78
ALZON (Alice).- Dire le politiquement correct : le dévoilement des imaginaires d'un terme polymorphe. 2015. Mention : Assez bien.	DSC 2015 79
TROLLIET (Flora).- AXA-Namaska : quelle relation-client prestataire dans le cadre d'une opération de communication RSE ? 2015. Mention : Bien.	DSC 2015 80
CHESNARD DE SORBAY (Clara).- Parfum et séduction : les manifestations de la sensualité dans leur relation avec la séduction : du signe aux sens, du mythique à l'hédonique. 2015. Mention : Assez bien.	DSC 2015 81
METHIVIEZ (Emma).- En quoi la diplomatie d'entreprise est-elle une opportunité pour les métiers de la communication et des relations institutionnelles d'affirmer leur rôle stratégique au sein de l'entreprise ? : modélisation du principe de diplomatie d'entreprise : observations et analyse du concept selon le modèle Vinci et perspectives de développement de la fonction. 2015. Mention : Bien.	DSC 2015 83
RICHARD (Eléonore).- La promenade urbaine : vers une réinvention des modes de communication au sein de l'espace urbain. 2015. Mention : Bien.	DSC 2015 84
SOULAÏMANA (Cyril).- La smart city au service du marketing territorial : construire une identité urbaine intelligente. 2015. Mention : Assez bien. Manquant depuis juillet 2017	DSC 2015 85

Les mémoires en <i>italique</i> sont à demander aux bibliothécaires.

PÉDRON (Romain).- Linkfluence : un acteur de l'innovation en communication ancré dans l'histoire de la surveillance sociale. 2015. Mention : Très bien.	DSC 2015 86
MAREUGE (Céline).- L'idéal démocratique de la communication publique à l'épreuve de l'« infotainment » : le cas de la communication gouvernementale française. 2015. Mention : Très bien.	DSC 2015 87
SARAZIN (Emmanuel).- La communication municipale face à l'illettrisme. 2015. Mention : Très bien.	DSC 2015 88
MALGRAS (Clémentine).- BookTube : un genre médiatique de critique amateur en ligne à l'origine d'une médiation triviale de la littérature. 2015. Mention : Très bien.	DSC 2015 89
CHAUMONT (Stéphanie).- Les sites patrimoniaux culturels et touristiques : innovations communicationnelles et développement des médiations vers les publics : le cas du Château de Chambord en Val de Loire. 2015. Mention : Très bien.	DSC 2015 90
DAUDET (Baptiste).- Les Mobiliers Urbains Intelligents : l'efficacité symbolique au service de la prétention communicationnelle ? : analyse des imaginaires, des dispositifs et des enjeux du projet d'aménagement de l'espace public de la ville de Paris. 2015. Mention : Très bien.	DSC 2015 91

2016

LELARDEUX (Gwenaëlle).- Art urbain et médiation territoriale : valorisation artistique ou promotion des territoires en mutations ? 2016. Mention : Bien.	DSC 2016 01
LASSUS (Karine).- Le vélo urbain : nouvelle vitrine marketing pour la ville durable de demain ? : comment le renouveau du vélo urbain impacte-t-il la promotion des politiques cyclables et la façon de (conce)voir la ville dans les grandes métropoles françaises du XXI ^e siècle. 2016. Mention : Très bien.	DSC 2016 02
PERSYN (Pauline).- L'injonction du numérique dans la communication politique : exemple de la communication gouvernementale. 2016. Mention : Très bien.	DSC 2016 03
PASQUIER (Bénédicte).- L'évolution du discours de vulgarisation scientifique : de phénomène marginal à objet de consommation de masse. 2016. Mention : Bien.	DSC 2016 04
JOSSET (Florence).- Usage de la gastronomie dans la communication présidentielle : de Jacques Chirac à François Hollande. 2016. Mention : Bien.	DSC 2016 05

Les mémoires en *italique* sont à demander aux bibliothécaires.

PARIKHAH (Pouya).- La communication du Conseil d'État au cours de l'état d'urgence : analyse de la communication de l'institution, de son impact et de sa perception auprès des journalistes et du grand public. 2016. Mention : Très bien.	DSC 2016 06
DERUERE (Sandra).- Un territoire de projets dans la Métropole du Grand Paris : le cas de la Vallée scientifique de la Bièvre. 2016. Mention : Bien.	DSC 2016 07
HOSTACHE (Christine).- Communication et santé : l'homéopathie, l'alternative santé d'une société qui doute ? : le cas des laboratoires Boiron. 2016. Mention : Très bien.	DSC 2016 08
MASSIERA (Karine).- Rétablir la confiance des consommateurs dans leur alimentation : un enjeu communicationnel pour les marques. 2016. Mention : Bien.	DSC 2016 09
LARCHER (Nathalie).- L'adoption de la loi Sapin 2 va-t-elle modifier l'image du lobbying et ses pratiques ? 2016. Mention : Bien.	DSC 2016 10
WATTIER (Ophélie).- Le langage genré : entre héritage linguistique et défi communicationnel : la langue française, un impensé dans les campagnes de communication en faveur du droit des femmes. 2016. Mention : Très bien.	DSC 2016 11
MASSE (Lionel).- Le métier de modiste : des imaginaires patrimoniaux à une communication raisonnée : Sandrine Bourg, créatrice parisienne. 2016. Mention : Très bien.	DSC 2016 12
VASSOR (Mathilde).- La citoyenneté comme axe de communication de la Mairie de Paris : étude d'une réponse locale à la crise de la citoyenneté : la Carte Citoyenne de Paris. 2016. Mention : Très bien.	DSC 2016 13
EON (Eddy).- Les grands projets architecturaux : quel(s) levier(s) de communication présidentielle sous la Ve République ? 2016. Mention : Très bien.	DSC 2016 14
ASSEDO-GIRARD (Anabelle).- Promenades métropolitaines : un dialogue renouvelé entre le piéton et la ville : la PC, "flâmons sur les rails", un projet éditorial, culturel et écologique pour la Petite Ceinture. 2016. Mention : Très bien.	DSC 2016 15
LECLERE (Valérie).- Conserver une image éthique à l'ère du big data : le cas des e-commerçants français. 2016. Mention : Bien.	DSC 2016 16
SERRE (Marion).- Les expériences gourmandes des lieux culturels du Grand Paris : les théâtres, des lieux et des temps de l'invitation gastronomique revisitée, dans un contexte marqué par une offre muséale médiatisée. 2016. Mention : Bien.	DSC 2016 17

Les mémoires en <i>italique</i> sont à demander aux bibliothécaires.

ALLAWAY (Lara).- La création d'un organisme de formation aux cultures entrepreneuriales, communicationnelles et managériales, dédié aux artistes plasticiens. 2016. Mention : Très bien.	DSC 2016 18
DARRAS (Marie Anne).- L'île Maurice derrière les plages : Port Louis, capitale cosmopolite et durable : le possible emblème d'un repositionnement de l'île Maurice ? 2016. Mention : Très bien.	DSC 2016 19
COUBRAY (Léa).- De yogini à yogista : comment la circulation du yoga dans les espaces sociaux et marchands fait évoluer les représentations liées à la pratique ? : analyse de l'origine, des circulations et de l'évolution des représentations liées à la pratique du yoga. 2016. Mention : Bien.	DSC 2016 20
QUEIROZ MAGALHÃES CAMPOS (Cassio).- Quand le marketing récupère la critique : l'idée de collaboration au périmètre de l'économie collaborative : comment le développement des échanges marchands entre particuliers en ligne récupère-t-il l'imaginaire de l'économie collaborative ? 2016. Mention : Très bien.	DSC 2016 21
VALERE (Sébastien).- La stratégie digitale au Service d'information du Gouvernement : analyse d'une communication investissant les codes de la "culture web" et de son impact sur la communication publique. 2016. Mention : Très bien.	DSC 2016 22
VERDIER (Amandine).- Redbull et la Nouvelle-Zélande ou une nouvelle représentation de l'homme face à la nature. 2016. Mention : Bien.	DSC 2016 23
GOUCHAULT (Charles).- Circulation des connaissances et matérialité : le cas du CELSA et de l'Université Paris-Dauphine. 2016. Mention : Bien.	DSC 2016 24
ESPINASSE DE LA BASTIE (Marie).- Le féminisme sur Internet : quand Internet transforme le féminisme. 2016. Mention : Très bien.	DSC 2016 25
BATY (Julie).- Impacts des réseaux sociaux et applications sociales sur la représentation d'un soi pluriel. 2016. Mention : Très bien.	DSC 2016 26
BLANDEL-COQUET (Margaux).- Les structures d'accompagnement des startups : des nouveaux supports de communication ? 2016. Mention : Bien.	DSC 2016 27
BOISSON (Christine).- Art contemporain et numérique : de la nécessité de (ré)inventer les modèles : pour une communication numérique incarnée. 2016. Mention : Bien.	DSC 2016 28
LANDRY (Laurène).- Internet et la blogosphère : quels leviers pour la voix complotiste et l'adhésion aux théories du complot ? 2016. Mention : Bien.	DSC 2016 29

Les mémoires en <i>italique</i> sont à demander aux bibliothécaires.

PAYN (Bertrand).- L'éthos numérique vestimentaire : réflexion sur la présence numérique des individus par le truchement de leur « look ». 2016. Mention : Très bien.	DSC 2016 30
TOUZOU LI (Delphine).- Les objets connectés dans les festivals de musiques actuelles. 2016. Mention : Très bien.	DSC 2016 31
LOUIS-JOSEPH-DOGUE ARRONDEAU (Christine).- La jeune photographie : de la promotion institutionnelle à l'autopromotion : vers une mutation des processus de médiation et de médiatisation ? 2016. Mention : Très bien.	DSC 2016 32
LE GONNIDEC (Murielle).- Le Grand Paris au fil de ses patrimoines et projets architecturaux : quelles communications et médiations, pour quels publics ? 2016. Mention : Très bien.	DSC 2016 33
MIEZE-LOOCK (Perrine).- La Bourgogne œnotouristique : les domaines et lieux œnotouristiques : des récits à l'expérience vécue et à vivre. 2016. Mention : Très bien.	DSC 2016 34
AYACHE (Myriam).- Big data : une mesure de l'homme ? : discours et imaginaires de la prédiction par les traces numériques. 2016. Mention : Très bien.	DSC 2016 35
BETELU (Hugo).- Interaction homme-machine : l'oralité et l'écriture en question. 2016. Mention : Très bien.	DSC 2016 36
KOUKI (Fatima-Zohra).- Le traitement de la mort sur les réseaux sociaux : vivre et mourir entre mémoire et oubli. 2016. Mention : Très bien.	DSC 2016 37
HAGUENAUER (Jean).- Le sport électronique : diffusion médiatique d'un affrontement virtuel : du jeu vidéo compétitif à la pratique eSportive. 2016. Mention : Bien.	DSC 2016 38
LEFEBVRE (Valentin).- Discours, objets et pratiques : analyse de l'articulation entre magie et technologie : le cas du smartphone. 2016. Mention : Très bien.	DSC 2016 39
SPINDLER (Esther).- Analyse du dispositif étatique French Tech : de sa raison d'être aux représentations sociales qu'il soutient : analyse des imaginaires intégrés au dispositif French Tech dans le cadre d'une réflexion générale sur un positionnement étatique et face à un foisonnement économique. 2016. Mention : Bien.	DSC 2016 40
LUCK (Thomas).- Le motif de l'expérience en communication. 2016. Mention : Très bien.	DSC 2016 41

Les mémoires en *italique* sont à demander aux bibliothécaires.

GAY (Astrid).- Le monde de la musique sur Twitter : accès privilégié aux coulisses ou mise en scène des artistes ? 2016. Mention : Très bien.	DSC 2016 42
GERVAIS (Renan).- L'érection du porno social : liaisons intimes entre pornographie et réseaux sociaux. 2016. Mention : Bien.	DSC 2016 43
COURTILLÉ (Juliette).- Le French Institute Alliance Française à New York : du rayonnement culturel à la diplomatie d'influence. 2016. Mention : Bien.	DSC 2016 44
REYNAUD (Sophie).- Les maisons d'écrivains : patrimonialisation, médiation, communication : le discours communicationnel des maisons de Victor Hugo et George Sand. 2016. Mention : Bien.	DSC 2016 45
VINDEVOGHEL (Romain).- La construction d'une cause politique et l'incarnation d'un mouvement social à travers une œuvre musicale : le cas du mouvement « Black Lives Matter ». 2016. Mention : Bien.	DSC 2016 46
KAIL (Claire).- Design et communication : l'interdisciplinarité créatrice de valeur matérielle et immatérielle : le cas Studio SWINE : vers un dépassement du statut de designer par une mise en récit pluri-média. 2016. Mention : Bien.	DSC 2016 47
SANCHEZ (Eva).- De l'usage et la valorisation du "futur" dans les discours de la technique : analyse de la circulation du terme "futur" et des discours d'acteurs de l'appropriation technique. 2016. Mention : Très bien.	DSC 2016 48
RODRIGUEZ-GOUEDREAU (Chloé).- Expressions féministes et réseaux sociaux : vers une nouvelle vague féministe digitale ? 2016. Mention : Très bien.	DSC 2016 49
RENOUF (Anaïs).- La mise en place d'une identité territoriale dans le cadre de la réforme des territoires : le cas des Hauts-de-France. 2016. Mention : Très bien.	DSC 2016 50
GUERIN (Anne).- Emmanuel Macron ou la mythologie politique. 2016. Mention : Bien.	DSC 2016 51
VITALIS (Elodie).- « Track ID, anyone ? » : entre quête commune, communion festive et communauté techno 2.0 : le cas des groupes Facebook de Track ID. 2016. Mention : Très bien.	DSC 2016 52
MAGELA BORGES (Marina Angelica).- Cozinhar no YouTube, cuisiner sur YouTube : une analyse des codes partagés par les communautés de créateurs brésiliens et français de vidéos sur YouTube. 2016. Mention : Très bien.	DSC 2016 53

Les mémoires en <i>italique</i> sont à demander aux bibliothécaires.

GARNIER (Marie).- Critique amateur en ligne et bouche à oreille : du fantasme à la pratique. 2016. Mention : Très bien.	DSC 2016 54
THOMAS (Julie).- Singularité et polymorphisme d'une "crise" à l'ère du social : étude médiatique de la polémique de l'huile de palme chez Ferrero. 2016. Mention : Très bien.	DSC 2016 55
BOCKTAEELS (Clémence).- Enjeux et rôles du vin dans les relations diplomatiques : de l'organe protocolaire à l'analyse des rites viniphiles dans la diplomatie chiraquienne (1995-2007). 2016. Mention : Très bien.	DSC 2016 56
ESPIE (Maud).- La fiction youtubéenne : faire son cinéma sur Internet, opportunité ou impasse stratégique ? : professionnalisation, problématiques de financement identitaires et de communication à travers l'étude de cas du film « Les Dissociés » et de l'épisode 37 de « What the cut ?! ». 2016. Mention : Très bien.	DSC 2016 57
MOLLIERE (Elise).- La communication de la direction du groupe SNCF à l'épreuve des grèves du printemps 2016. SNCF. 2016. Mention : Très bien.	DSC 2016 58
CALOHARD (Estelle).- Comment les actions RSE d'un groupe multimarques peuvent-elles être valorisées au niveau communicationnel ? : le cas du Groupe Rocher et de la marque Yves Rocher en France. YVES ROCHER. 2016. Mention : Très bien.	DSC 2016 59
SZPIRGLAS (Chloé).- La stratégie communicationnelle d'une multinationale entre RSE et Création des Valeurs Partagées : le cas du Groupe pétrolier français, Total S.A.. TOTAL. 2016. Mention : Très bien.	DSC 2016 60
ESTAMY (Camiel).- UberPop et Heetch : de la communication à la lutte politique. 2016. Mention : Très bien.	DSC 2016 61
COCHET (Camille).- Valorisation de l'engagement responsable et communication corporate de l'entreprise : étude du cas des 20 ans de la Fondation Auchan pour la jeunesse. 2016. Mention : Très bien.	DSC 2016 62
RENAUT (Laurène).- L'ère Hollande sous le sceau de la normalité ou l'avènement d'un nouveau costume présidentiel ? 2016. Mention : Très bien.	DSC 2016 63
AZOULAY (Samuel).- La médiation des données publiques comme projet politique : le cas français : data.gouv.fr. 2016. Mention : Très bien.	DSC 2016 64
THIBAUT (Héloïse).- Le collège des Bernardins : un espace de dialogue au sein de la cité ? 2016. Mention : Très bien.	DSC 2016 65

Les mémoires en *italique* sont à demander aux bibliothécaires.

À partir de 2017, les mémoires sont collectés uniquement au format électronique et sont consultables dans la base d'archives ouverte DUMAS (<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/>).



Les mémoires en *italique* sont à demander aux bibliothécaires.