

**MC : COMMUNICATION INTERNE / EXTERNE –  
INFORMATION – MULTIMÉDIA – TECHNOLOGIE DE LA  
COMMUNICATION – COMMUNICATION POLITIQUE –  
COMMUNICATION TERRITORIALE**

**1992**

- DUPONT-FAUVILLE (Hélène).*- *La communication : dynamique nécessaire au succès des produits de prestige. DOMAINE CHANDON DE BRIALLY. 1992. Mention : Très bien.* **MC  
1992  
01**
- DOMERC (Olivier).*- *L'hologramme invisible : analyse théorique et pratique du logo sonore. 1992. Mention : Très bien.* **MC  
1992  
05**

**1996**

- KUENTZ (Brigitte).*- *La politique de communication d'une société discrète, la Franc-maçonnerie française, à travers la représentation des médias. 1996. Mention : Très bien.* **MC  
1996  
02**
- DUPRE (Karine).*- *Destination Cybérie : vers une appropriation collective et raisonnée des Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication. 1996. Mention : Très bien.* **MC  
1996  
23**
- MORENO (Blanche).*- *L'intercommunalité de projet : vers une redéfinition de la communication territoriale. 1996. Mention : Très bien.* **MC  
1996  
28**
- GOSSE (Laurence).*- *Chantier ouvert au public : comment faire d'un chantier un espace d'information et de communication et un temps relationnel entre les citadins et les acteurs du chantier. ATHEM. 1996. Mention : Très bien.* **MC  
1996  
30**
- BOUZY (Delphine).*- *Les musées en réseaux : rôle et limites de la communication dans la coordination et la démocratisation de leurs missions : le cas des directions municipales de musées. MUSÉE D'HISTOIRE CONTEMPORAINE / PARIS. 1996. Mention : Très bien.* **MC  
1996  
33**

## 1997

- DAVID (Isabelle).- *De la séduction du mécénat musical de la Société Générale : élargir le public de la musique classique ou renforcer l'image de l'entreprise ? SOCIÉTÉ GÉNÉRALE. 1997. Mention : Très bien.* **MC  
1997  
05**
- DUSSART (Karine).- *A la recherche d'une médiation entre l'art contemporain et le public : le lieu d'exposition, prisme de dysfonctionnements communicationnels. 1997. Mention : Très bien.* **MC  
1997  
10**
- BEEKHUIZEN (Anne).- *Enjeux du management et de la communication au sein d'une entreprise internationale : le cas Rohm and Haas France. ROHM AND HAAS / FRANCE. 1997. Mention : Très bien.* **MC  
1997  
13**
- HALLIER (Gaëlle).- *Le grand projet urbain du Mantois : la communication, traduction de la complexité et des représentations des acteurs. 1997. Mention : Très bien.* **MC  
1997  
20**
- ULLOA (Anne-Gaëlle).- *La communication gouvernementale sur les ZFU : une communication publique ? DÉLÉGATION INTERMINISTÉRIELLE À LA VILLE. 1997. Mention : Très bien.* **MC  
1997  
21**
- AMSELLEM (Anne-Laure).- *Communication interculturelle et politique de la ville : un outil de renouveau du modèle républicain d'intégration ? 1997. AGENCE POUR LE DÉVELOPPEMENT DES RELATIONS INTERCULTURELLES. Mention : Très bien.* **MC  
1997  
24**

## 1998

- BODNAR (Karine).- *Le théâtre public : une entreprise citoyenne ? 1998. Mention : Très bien.* **MC  
1998  
15**
- KIEKEN (Marie-Aude).- *La violence à l'école : un défi de communication pour le ministère de l'Education nationale. 1998. Mention : Très bien.* **MC  
1998  
23**
- FOUQUE (Pascale).- *Les Pays : territoires de projets et projets de territoires ? : l'exemple du Pays du Chinonais. 1998. Mention : Très bien.* **MC  
1998  
24**
- RABIN (Camilus).- *La communication municipale en Guadeloupe et l'implication des administrés : la recherche d'une voie : contribution à l'analyse de l'expérience de la ville de Baie-Mahault. 1998. Mention : Très bien.* **MC  
1998  
28**

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

## 1999

- NOTTEY (Élodie).- *La citoyenneté et le monde associatif ou la citoyenneté en question : être ou non être de la citoyenneté dans la vocation de l'association.* 1999. Mention : Très bien. **MC 1999 02**
- LETENDARD (Bertrand).- *Politiques de développement soutenable : entre utopie et nécessité de changer les processus de développement des collectivités locales : exemple de deux agendas 21 locaux.* 1999. Mention : Très bien. **MC 1999 04**
- BREGÉON (Céline).- *Une communication à la mesure des petits éditeurs : les relations publiques et les relations presse.* 1999. Mention : Très bien. **MC 1999 07**
- DURAND (Karine).- *Les médiathèques continuent-elles à assurer un rôle de démocratisation culturelle propre aux bibliothèques municipales traditionnelles ?* 1999. Mention : Très bien. **MC 1999 10**
- RODIER (Cécile).- *Le paradoxe du club de football : ou comment onze salariés en short tiennent au bout du pied les clés de l'image et du rayonnement économique de leur entreprise.* 1999. Mention : Très bien. **MC 1999 12**

## 2000

- MERRAN (Sylvie).- *L'uniforme : vecteur mobile de communication qui organise l'interaction commerciale.* 2000. Mention : Très bien. **MC 2000 07**
- DURIEZ (Amélie).- *L'usage du courrier électronique dans l'entreprise : obstacle ou révolution de la communication interprofessionnelle ?* 2000. Mention : Très bien. **MC 2000 10**

## 2001

- POGGI-COUPÉL (Fabienne).- *La principauté de Monaco, « ville-état » cosmopolite : l'enjeu de la communication institutionnelle pour une nation en mal d'identité.* 2001. Mention : Très bien. **MC 2001 04**
- ASTRUC (Sylvie).- *Voulez-vous surfer gr@nd-père ? Les seniors et le cybermonde : entre communication sociale, éducative, citoyenne et communication commerciale.* 2001. Mention : Très bien. **MC 2001 15**
- HAMARD (Julien).- *L'animation sur Internet : approches sémiotiques et analyse des usages dans le discours des organisations.* 2001. Mention : Très bien. **MC 2001 18**

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

*PELPEL-GIRARD (Perrine).- Entre compétence économique et engagement social : quelle place pour l'argument identitaire dans une entreprise associative ? : le cas de l'UCPA. UCPA / DÉPARTEMENT MARKETING ET COMMUNICATION. 2001. Mention : Très bien.* **MC  
2001  
19**

## **2002**

*WEISS (Anouck).- Du silence à la recherche d'une polyphonie harmonieuse : la communication du groupe Accor depuis 1997. ACCOR / Communication. 2002. Mention : Très bien.* **MC  
2002  
04**

*BENHAMOU (Marc).- La réputation à l'épreuve de la crise : analyse des tensions engendrées par la confrontation des perceptions relatives au phénomène de crise et de la réputation de l'entreprise. 2002. Mention : Très bien.* **MC  
2002  
05**

*CAUDAL (Maëtte).- Dieu est mort, Vive Internet ? Internet : de l'idéologie d'un média à la réalité d'un outil : étude du discours d'accompagnement des fournisseurs d'accès entre 1998 et 2002. 2002. Mention : Très bien.* **MC  
2002  
10**

*PHILLIPE (Isabelle).- Le nouveau rôle des associations : entre éthique et politique ? : relations entre associations et État dans le cas de la Couverture Maladie Universelle. 2002. Mention : Très bien.* **MC  
2002  
12**

*GUENIOT (Quiterie).- L'exposition temporaire d'art contemporain, un dispositif communicationnel qui agence les interactions de l'institution muséale avec son environnement. 2002. Mention : Très bien.* **MC  
2002  
13**

*GRAVIÈRE (Stéphanie).- La communication de proximité de la RATP : entre responsabilité sociale et distance symbolique. RATP / DIRECTION VILLE ET ACTION TERRITORIALE. 2002. Mention : Très bien.* **MC  
2002  
19**

*RIVAULT, épouse PUJOL (Gabrielle).- Le reporting développement durable : une communication institutionnelle en tension entre principe de responsabilité et principe de réalité : étude des rapports annuels et des rapports spécifiques de développement durable, des entreprises cotées au SBF 120. 2002. Mention : Très bien.* **MC  
2002  
21**

*SUREAU (Claire).- Les sites Internet thématiques : symboles de l'intervention des entreprises privées au sein de la cité. 2002. Mention : Très bien.* **MC  
2002  
22**

*HARMEL (Laurence).- Communication interne et croissance externe : les enjeux d'une politique d'intégration et de communication : le cas du Pôle Services – Groupe Air Liquide. 2002. Mention : Très bien.* **MC  
2002  
26**

*BRUSSAT (Emilie).- Patients et associations de patients : une nouvelle cible de communication pour l'industrie du médicament ? EURORSCG. LIFE. 2003. Mention : Très bien.* **MC  
2002  
27**

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

## 2003

- TRIVI (Carole).- *La stratégie de communication des distributeurs d'eau : le décalage entre des entreprises de plus en plus communicantes et des consommateurs toujours mal informés.* 2003. Mention : Très bien. MC  
2003  
02
- CARADEC (Corinne).- *Une stratégie de communication ambitieuse et risquée : modifier la représentation collective d'un groupe pour modifier l'image d'une institution : le cas de la Mutualité sociale Agricole et des populations agricoles.* 2003. Mention : Très bien. MC  
2003  
04
- DELABRE (Aurélié).- *Association et communication : l'entreprise comme seul horizon ? : l'exemple de la Fédération française de Cardiologie.* 2003. Mention : Très bien. MC  
2003  
08
- WILLIG (Eléonore).- *L'agir et le dire au théâtre : la compréhension linguistique du geste théâtral ou le décalage entre le verbal et le visuel.* 2003. Mention : Très bien. MC  
2003  
09
- JUTANT (Camille).- *Les discours du musée : étude sur les représentations à l'œuvre dans la mise en exposition dans un musée : le Musée National Centre d'Art Reina Sofia.* 2003. Mention : Très bien. MC  
2003  
10
- FLECHARD (Clémence).- *Quand la mémoire fait événement : la communication d'une commémoration nationale : lecture symbolique, lecture stratégique du bicentenaire de la naissance de Victor Hugo en 2002.* 2003. Mention : Très bien. MC  
2003  
11
- BAUD (Valentine).- *La vache, le paysan et le citoyen : l'enjeu identitaire de la communication entre les agriculteurs et la société : l'exemple du Salon international de l'Agriculture.* 2003. Mention : Très bien. MC  
2003  
12
- JUGE (Julien).- *La communication publique de prévention des risques du tabac et de l'alcool envers les jeunes anglais : comment contourner la résistance du jeune public pour parvenir à une communication préventive efficace ? UNIVERSITÉ DE BOURNEMOUTH / MEDIA SCHOOL. Grande-Bretagne.* 2003. Mention : Très bien. MC  
2003  
17
- PRUD'HOMME (Mélanie).- *Ainsi parlait Bruxelles : l'image du pouvoir européen à l'épreuve d'une figure de style. UNION EUROPÉENNE. COMITÉ DES RÉGIONS (BRUXELLES).* 2003. Mention : Très bien. MC  
2003  
19
- GUERTON (Aline).- *Une communication collective est-elle envisageable pour un groupe d'acteurs hétérogènes ? : étude du discours des ONG sur les entreprises au Sommet mondial de Johannesburg.* 2003. Mention : Très bien. MC  
2003  
20
- ASSOUS (Alexandre).- *La communication des stades modernes : l'exemple du Stade de France : du monument à la marque. STADE DE France / PROMOTION DES GRANDS ÉVÈNEMENTS DU CONSORTIUM.* 2003. Mention : Très bien. MC  
2003  
24

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

DUCERF (Clarisse).- *Le journal interne international en tant que récit d'entreprise : l'exemple des journaux internes internationaux des groupes Altadis, PSA Peugeot Citroën, Cogema, Renault, Pinault-Printemps-Redoute, Sanofi-Synthelabo, Total et Marionnaud.* 2003. Mention : Très bien. **MC 2003 30**

DALELE (Bruno).- *La bande dessinée revisitée par la communication des entreprises : quand les bulles se font institutionnelles.* 2003. Mention : Très bien. **MC 2003 34**

## 2004

CADOREL (Sophie).- *La stratégie de communication des fonds de Capital-Investissement en France : de la culture du secret à l'obligation de communiquer.* 2004. Mention : Très bien. **MC 2004 07**

LANDOUR (Julie).- *La communication touristique de la ville de Berlin à destination des touristes français : recherche des influences potentielles de la discipline sur l'image d'une ville.* 2004. Mention : Très bien. **MC 2004 09**

AL DAHDAH (Marine).- *L'évolution de la communication humanitaire dans un contexte controversé : le cas d'Action Contre la Faim.* 2004. Mention : Très bien. **MC 2004 10**

MOULY (Alice).- *L'architecture, objet manifeste d'une communication institutionnelle et urbaine : étude sur le projet d'implantation d'une antenne du Centre Pompidou à Metz.* CENTRE POMPIDOU / SERVICE ARCHITECTURE. 2004. Mention : Très bien. **MC 2004 13**

SILVA (Julia).- *L'impact stratégique des événements internes d'entreprise : l'exemple des conventions.* OCCURRENCE. 2004. Mention : Très bien. **MC 2004 14**

SEURRAT DE LA BOULAYE (Aude).- *A l'école de l'interculturel ? : étude des usages sociaux et communicationnels de la culture au Lycée International de Saint Germain en Laye et à l'Ecole Européenne de Bruxelles III en vue de dégager une définition de la compétence en communication interculturelle.* 2004. Mention : Très bien. **MC 2004 15**

ARDOUIN (Mélodie).- *Les blogs, ou le jeu de l'ego : entre idéal communautaire et réalité d'une tribalisation autocentrée.* 2004. Mention : Très bien. **MC 2004 17**

LAUQUE (Mélodie).- *La débâcle d'Avignon : analyse critique de la communication des intermittents durant le festival 2003.* 2004. Mention : Très bien. **MC 2004 22**

KOPP (Dorothee).- *Des musées pour les parisiens : les enjeux stratégiques de l'élaboration d'une identité parisienne pour les musées de la Ville de Paris.* BUREAU DES MUSÉES / SERVICE DES PUBLICS. 2004. Mention : Très bien. **MC 2004 26**

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

## 2005

*KASSIS (Nathalie).*- *Le discours du piercing : analyse d'une percée contemporaine.* 2005. Mention : Très bien. **MC  
2005  
06**

*DUPONT (Véronique).*- *L'image au service de l'image d'un territoire et d'une entreprise : la Cité du Cinéma de Luc Besson sur l'ancienne centrale thermique EDF de Saint-Denis, patrimoine industriel réhabilité.* EDF. 2005. Mention : Très bien. **MC  
2005  
08**

## 2006

*GRAS (Stéphan).*- *Les festivals de musiques électroniques numériques et la question de la médiation des avant-gardes artistiques, à travers une étude de cas, le festival Mal au Pixel.* 2006. Mention : Très bien. **MC  
2006  
02**

*KRPINA (Antonia).*- *Le Festival d'Automne à Paris : d'une institution culturelle particulière à une pratique culturelle particulière.* 2006. Mention : Très bien. **MC  
2006  
03**

*BENKIRRAN (Yasmine).*- *La ville de San Francisco dans ses festivals de films : cas du festival international du film, du festival du film juif et du festival du film gay et lesbien.* 2006. Mention : Très bien. **MC  
2006  
04**

*FRANZETTI (Mélanie).*- *Le musée, lieu de culture, lieu de loisirs : communiquer et se présenter auprès du public des enfants : étude du cas du Musée Archéologique de Bologne.* 2006. Mention : Très bien. **MC  
2006  
05**

*ROBERT (Fabienne).*- *Image(s) de la philosophie au sein du Ministère de l'Education Nationale.* 2006. Mention : Très bien. **MC  
2006  
06**

*GRILLON (Fleur).*- *Une même stratégie de communication pour promouvoir l'image de la France et de ses entreprises à l'étranger ? : le cas de l'EFM.* 2006. Mention : Très bien. **MC  
2006  
16**

*BROSSARD (Claire).*- *La médiation médiatisée : étude de la communication de Meetic.* 2006. Mention : Très bien. **MC  
2006  
17**

*MALKA (Lauren).*- *Les médiations de l'art numérique : analyse des publicisations et des mises en exposition d'une esthétique communicationnelle.* 2006. Mention : Très bien. **MC  
2006  
21**

*DIAWARA (Jérôme).*- *Phylactère et communication : la Bande Dessinée : un outil de communication et d'information.* 2006. Mention : Très bien. **MC  
2006  
22**

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

MEZZADRI (Agathe).- *La fonction du stéréotype culturel dans la communication interculturelle : étude de l'imagologie de la corsitude dans des publicités et des bandes dessinées des années 70 et d'aujourd'hui.* 2006. Mention : Très bien. **MC 2006 25**

## 2007

PLACE (Marie de).- *Production et consommation de l'information intranet : complexité des acteurs, pluralité des pratiques.* FORTIS BANQUE FRANCE. 2007. Mention : Très bien. **MC 2007 02**

BORRAS (Aurélia).- *Les visages touristiques de l'Espagne : l'exemple de la stratégie de communication de Turespana à travers la campagne « Smile ! You are in Spain ».* 2007. Mention : Très bien. **MC 2007 04**

BENOIST (Laetitia de).- *Petite histoire et grande histoire : Ladurée et la réappropriation du motif historique dans sa stratégie de communication.* 2007. Mention : Très bien. **MC 2007 05**

COLLIN (Émeline).- *La célébration des 400 ans de la ville de Québec en 2008 : quand la communication devient témoin et partie prenante d'un enjeu identitaire.* 2007. Mention : Très bien. **MC 2007 09**

LACHARRIERE (Marianne).- *Médiation culturelle et communication : le Boston Ballet, la danse et les publics.* 2007. Mention : Très bien. **MC 2007 11**

LE BLEIS (Claire).- *Le blog de dirigeant, entre récit personnel et communication institutionnelle : étude du blog de Bill Marriott.* 2007. Mention : Très bien. **MC 2007 13**

TISSOUX (Aurélien).- *Le sport comme vecteur de valeurs pour l'élaboration d'une communication institutionnelle : l'exemple de l'Eure avec Stéphane Diagana.* 2007. Mention : Très bien. **MC 2007 15**

GRATIEN (Virginia).- *La démocratie britannique face au terrorisme : analyse de la mise en discours de l'antiterrorisme par le Home Office et le MI5.* 2007. Mention : Très bien. **MC 2007 18**

## 2008

BROUSSE (Diane).- *Quel espace pour l'édition « en ligne » de sciences humaines et sociales.* 2008. Mention : Très bien. **MC 2008 02**

GRANT (Sylviane).- *L'influence de Google sur la stratégie de communication des annonceurs français en 2007.* 2008. Mention : Très bien. **MC 2008 03**

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

<i>ESNAULT (Anne).</i> - <i>Alors que la communication sur le développement durable est en plein essor, comment en faire un levier de différenciation ? : réflexions à partir de l'organisation de l'événement « Salon Planète Durable ».</i> 2008. Mention : Très bien.	<b>MC 2008 08</b>
<i>BANNET (Fanny).</i> - <i>La mise en scène de la relation franco-québécoise dans le cadre du 400ème anniversaire de la ville de Québec.</i> 2008. Mention : Très bien.	<b>MC 2008 14</b>
<i>FACHAN (Noémie).</i> - <i>Les enjeux communicationnels du guide Michelin Tokyo 2008 : de la publicité à l'interculturalité.</i> 2008. Mention : Très bien.	<b>MC 2008 26</b>
<i>CHÂTELIER (Camille).</i> - <i>La « Viêtcommunication », processus d'insertion des Viêt Kiêu dans l'Etat-nation vietnamien en développement : construire une « viêtnamité » en milieu diasporique.</i> 2008. Mention : Très bien.	<b>MC 2008 30</b>
<i>GOUTHERAUD (Julie).</i> - <i>Le site de réseau social en ligne Facebook : le paradoxe d'une socialité individualiste.</i> 2008. Mention : Très bien.	<b>MC 2008 33</b>
<i>MODER (Claire).</i> - <i>D'un cadre à l'autre : lorsque le Louvre reconstruit ses murs sur Internet.</i> 2008. Mention : Très bien.	<b>MC 2008 34</b>
<i>LEBLANC (Véronique).</i> - <i>Relations publiques et démocratisation culturelle dans les scènes nationales : saison 2007-2008 à la MC 93 Bobigny et au Merlan, Scène nationale à Marseille.</i> 2008. Mention : Très bien.	<b>MC 2008 39</b>
<i>LITASSE-KLEIN (Emmanuelle).</i> - <i>Tramway des Maréchaux Sud : instrumentalisation d'un nouveau mode de transport.</i> 2008. Mention : Très bien.	<b>MC 2008 40</b>

## 2009

<i>ALLEIN (Marine).</i> - <i>Des parquets à la télé : les stratégies institutionnelles d'élaboration d'une marque Handball en quête de médiatisation.</i> 2009. Mention : Très bien.	<b>MC 2009 04</b>
<i>LE GAL (Erwan).</i> - <i>Le mythe Twitter en politique : une démocratie par représentation : la fascination technique au service du marketing politique.</i> 2009. Mention : Très bien.	<b>MC 2009 06</b>
<i>BABEANU (Jean-Victor).</i> - <i>Les widgets : redéfinir l'entrée sur l'Internet.</i> 2009. Mention : Très bien.	<b>MC 2009 07</b>
<i>BERGER (Zélie).</i> - <i>L' e-paper, un codex électronique : du papier à l'écran, étude d'une métamorphose médiatique.</i> 2009. Mention : Très bien.	<b>MC 2009 09</b>

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

CATERINA (Adrien).- Les sites de rencontres gays GayPax et Rezog : le rôle de la communauté et les enjeux de l'identité individuelle dans les relations interindividuelles. 2009. Mention : Très bien.	<b>MC 2009 10</b>
CALLUS (Emma).- L'évolution de la notion de « pouvoir d'achat » dans l'opinion à travers l'étude de sa circulation dans l'espace médiatique en France. 2009. Mention : Très bien.	<b>MC 2009 13</b>
BUGUET (Céline).- La campagne d'Oxfam « Close the gap » : réalité ou rhétorique ? 2009. Mention : Très bien.	<b>MC 2009 15</b>
DELAPORTE (Julie).- Les défis de la communication touristique du Danemark : la construction de la destination. 2009. Mention : Très bien.	<b>MC 2009 18</b>
LE GALL (Margaux).- H Box : vers un renouveau du mécénat ? 2009. Mention : Très bien.	<b>MC 2009 20</b>
FONTANILLE (Elsa).- Les stratégies d'acteurs dans l'espace public : l'exemple de la lutte anti-contrefaçon dans le secteur du luxe en France et en Italie. 2009. Mention : Très bien.	<b>MC 2009 21</b>
PRÉMONVILLE (Nicolas de).- La communication de l'Église catholique en France : Communication de la Religion & Religion de la Communication. 2009. Mention : Très bien.	<b>MC 2009 31</b>
ALEXICI (Anne-Muriel).- La célébration des 20 ans de la chute du Mur de Berlin : comme élément de communication de la ville de Berlin. 2009. Mention : Très bien.	<b>MC 2009 32</b>

## 2010

LATREILLE (Mélisande).- La statue de la Petite Sirène : ou les diverses appropriations d'un objet patrimonial devenu symbole. 2010. Mention : Très bien.	<b>MC 2010 05</b>
VASSELLE (Pauline).- L'utilisation d'œuvres de commande dans la communication événementielle des entreprises. 2010. Mention : Très bien.	<b>MC 2010 09</b>
GOYER (Samuel).- Écrire, s'écrire, se réécrire sur les réseaux sociaux : Facebook ou l'identité en jeu. 2010. Mention : Très bien.	<b>MC 2010 10</b>
LADVIE (Guillaume).- Le Folklore Digital : ou le langage de l'autorité partagée. 2010. Mention : Très bien.	<b>MC 2010 11</b>

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

ARNOLD (Laetitia).- Le Smartphone : ou le mythe de l'hyper communicabilité. 2010. Mention : Très bien.	<b>MC 2010 12</b>
GRIGNON (Thomas).- Le papier à l'écran : étude comparée de cinq sites d'éditeurs littéraires français. 2010. Mention : Très bien.	<b>MC 2010 13</b>
ZORES (Solène).- Joue-la comme... : rôle de la communication institutionnelle et médiatique dans la construction identitaire d'une pratique minoritaire. 2010. Mention : Très bien.	<b>MC 2010 14</b>
PIGOT (Céline).- L'influence des « think tanks » sur les politiques publiques : l'exemple de trois think tanks français. 2010. Mention : Très bien.	<b>MC 2010 16</b>
LÉGER (Valérie).- Commémoration et enjeux de la mémoire collective dans les relations franco-allemandes : de l'armistice du 11 novembre 1918 à la chute du Mur de Berlin : étude médiatique d'une réécriture symbolique de la mémoire franco-allemande. 2010. Mention : Très bien.	<b>MC 2010 18</b>
LATTES (Julie).- De la friche au jardin, discours et enjeux : le cas du parc Martin Luther King et des jardins d'Éole. 2010. Mention : Très bien.	<b>MC 2010 23</b>
LAC (Camille).- Processus d'interactivité dans les jeux massivement multi-joueurs en ligne. 2010. Mention : Très bien.	<b>MC 2010 24</b>
HECQUET (Diane).- Quelle communication pour la franc-maçonnerie ? 2010. Mention : Très bien.	<b>MC 2010 25</b>
<b>2011</b>	
RICHARD (Justine).- A pour « Anonymous » : l'identité d' « Anonymous » les nouveaux modes d'existence sur l'Internet. 2011. Mention : Très bien.	<b>MC 2011 03</b>
BRUNEEL (Emmanuelle).- L'élaboration d'un concept humoristique sur Internet : le cas de « viedemerde.fr ». 2011. Mention : Très bien.	<b>MC 2011 06</b>
MALADRY (Éline).- Berlin en tête ! : étude sur l'écriture et la réécriture de la mémoire de l'actuelle capitale allemande. 2011. Mention : Très bien.	<b>MC 2011 07</b>

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

FILALI (Anissa).- Entre identité réelle et identité virtuelle : le cas d'« Adopteunmec.com ». 2011. Mention : Très bien.	<b>MC 2011 10</b>
REBOURS (Clémence).- L'uniforme professionnel, vecteur de communication au service de la culture d'entreprise : le cas de l'uniforme Christian Lacroix des hôtesse navigantes Air France. 2011. Mention : Très bien.	<b>MC 2011 15</b>
PICARD (Clément).- Les veilleurs : que fait-on (vraiment) sur Facebook ? 2011. Mention : Très bien.	<b>MC 2011 16</b>
ABOS (Maité).- Cathos 2.0 : circulation et recomposition du religieux sur l'Internet. 2011. Mention : Très bien.	<b>MC 2011 18</b>
MALAMBA (Jessica).- Le maillot de football comme support de communication : ou « une certaine idée de la France »... par Nike : le cas du lancement du nouveau maillot de l'Equipe de France de football. 2011. Mention : Très bien.	<b>MC 2011 23</b>
<b>2012</b>	
VIEILLARD (Antoine).- Le théâtre et les espaces numériques : stratégie et nouveaux enjeux publics. 2012. Mention : Très bien.	<b>MC 2012 01</b>
MARTIN (Priscilla).- De listographes à listophiles : quand les blogueuses littéraires revisitent la forme « liste ». 2012. Mention : Très bien.	<b>MC 2012 02</b>
JARROIR (Florent).- Le regard caméra : une forme cinématographique singulière, entre enchantement et désenchantement. 2012. Mention : Très bien.	<b>MC 2012 03</b>
CORMIER (Alice).- Les nouvelles technologies au service de la promotion d'artistes : le cas des applications expérientielles sur smartphones et tablettes en musique. 2012. Mention : Très bien.	<b>MC 2012 04</b>
LE MEUR (Julia).- Peut-on rire de tout ? : l'humour dans les campagnes de prévention sexuelle : le cas des Infections Sexuellement Transmissibles (IST). 2012. Mention : Très bien.	<b>MC 2012 05</b>
AYMON (Solène).- La lutte contre le changement climatique : construction et circulation des savoirs entre chercheurs et experts : le cas du Réseau Action Climat France. 2012. Mention : Très bien.	<b>MC 2012 06</b>
RÉROLLE (Pauline).- La rhétorique de la nudité : le nu comme argument politique. 2012. Mention : Très bien.	<b>MC 2012 07</b>

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

BRITO ROBALO (Isilda de).- Hallyu en France : drama et K-pop ou dans quelle mesure la culture populaire sud-coréenne s'internationalise tout en se revendiquant et en restant perçue comme étant une culture locale « made in Korea ». 2012. Mention : Très bien.	<b>MC 2012 08</b>
QUIGNON (Tiphaine).- Entre pop-corn et postmodernisme : analyse des innovations des films des studios Marvel par l'hybridation des codes narratifs et la circularité créative. 2012. Mention : Très bien.	<b>MC 2012 12</b>
RAMBACH (Karen), ROBERT (Aurélie).- Le crowdfunding pour les artistes du monde de la musique : la place du crowdfunding dans la stratégie de communication des artistes « Do It Yourself ». 2012. Mention : Très bien.	<b>MC 2012 14</b>
SOLLOGOUB (Anna).- Sur les traces des grands explorateurs : construction médiatique d'un voyage au bout du monde. 2012. Mention : Très bien.	<b>MC 2012 15</b>
DUSCHER (Joy).- Patrick Roy, un député au service de la cause « metal » : analyse d'un ethos hybride. 2012. Mention : Très bien.	<b>MC 2012 22</b>
SOTELINO (Mélina).- Le traitement de la pauvreté et le recours aux émotions : exemple de la presse en ligne et des associations d'entraide sociale. 2012. Mention : Très bien.	<b>MC 2012 29</b>
FABRE (Maxime).- Le visage médiatisé : du visage à la face : la représentation du visage au cinéma et dans la publicité. BRAIN VALUE. 2012. Mention : Très bien.	<b>MC 2012 30</b>

## 2013

BUIR (Sissi).- Le design de la page de profil : les représentations graphiques, visuelles et textuelles de soi sur Facebook. 2013. Mention : Très bien.	<b>MC 2013 01</b>
BONINO (Antoine).- Des discours de la science-fiction au design des innovations techniques : « Fahrenheit 451 » et les métamorphoses du discours sur la technique. 2013. Mention : Très bien.	<b>MC 2013 03</b>
BIJAOU (Alexis).- Les kinèmes des cuisiniers : un objet communicationnel : la gestuelle porteuse de sens et vue comme un moyen de communication à part entière. 2013. Mention : Très bien.	<b>MC 2013 04</b>
KARPIEL (Caroline).- Exposition événement : quels impacts sur le comportement du public ? 2013. Mention : Très bien.	<b>MC 2013 05</b>

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

LONGERAY (Pierre-Amaury).- La diplomatie numérique : une redéfinition du discours diplomatique. 2013. Mention : Très bien.	<b>MC 2013 06</b>
SOULE (Ambroise).- Du blason au logo : entre discours conservateur et nouvelle rhétorique de marque : l'emblème de club de football comme support de construction identitaire. 2013. Mention : Très bien.	<b>MC 2013 08</b>
RABEL (Alexandra), ROUSSEAU (Priscille), SCHWARTZ (Corinne).- Comment Chanel perpétue son mythe en imposant les valeurs constitutives de son identité, dans sa posture en ligne ? 2013. Mention : Très bien.	<b>MC 2013 10</b>
HERMIEU (Caroline), MATHOUX (Virginie).- Stratégie de présence en ligne : le cas Greenpeace : les outils numériques permettent-ils à Greenpeace de conserver son image d'ONG activiste ? 2013. Mention : Très bien.	<b>MC 2013 11</b>
<b>2014</b>	
MALGRAS (Clémentine).- Le livre numérique enrichi : un dispositif médiatique à l'origine d'un nouvelle éditorialisation du récit : réalité et enjeux stratégiques pour les acteurs français de l'édition numérique. 2014. Mention : Très bien.	<b>MC 2014 01</b>
PONDY NYAGA (Esther).- Statuts et instrumentalisation du cliché comme nouvel objet de communication sur l'application Instagram. 2014. Mention : Très bien.	<b>MC 2014 05</b>
INNEGRAEVE (Maxence).- Les Hawker Centres à Singapour : dispositif, mythe et symbole au service de la politique multiraciale singapourienne. 2014. Mention : Très bien.	<b>MC 2014 07</b>
GUILLOME (Arthur).- Contours des manifestations et conséquence de l'anonymat sur Internet : l'exemple de /b/. 2014. Mention : Très bien.	<b>MC 2014 08</b>
CHEVET (Clotilde).- La voix à l'ère du numérique : ou le « deus ex machina » des temps modernes. 2014. Mention : Très bien.	<b>MC 2014 09</b>
ROY (Sophie).- L'évolution de la politique de sponsoring du Groupe Groupama avant et post crise économique. 2014. Mention : Très bien.	<b>MC 2014 10</b>
MARTY (Jasmine).- La stratégie de communication des Femen : entre provocation et conformisme. 2014. Mention : Très bien.	<b>MC 2014 11</b>
MANO (Martine).- La communication des vins australiens : vecteur d'un remodelage des représentations culturelles de l'Australie. 2014. Mention : Très bien.	<b>MC 2014 12</b>

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

CHESNARD DE SORBAY (Clara).- Le mythe du requin en Australie : quand un mythe fondateur devient vecteur d'engagement à l'échelle d'un pays. 2014. Mention : Très bien.	<b>MC 2014 16</b>
BEJOT (Virginie).- Quand « jouer c'est faire » : ce que les jeux font à la science. 2014. Mention : Très bien.	<b>MC 2014 17</b>
DASSETTO (Oscar).- Web et typographie : du web collaboratif au web des curateurs. 2014. Mention : Très bien.	<b>MC 2014 18</b>
GARNIER (Laura).- Le « nouveau visage » du Front national: les ressorts d'une communication politique entre « dédramatisation » et radicalisation. 2014. Mention : Très bien.	<b>MC 2014 19</b>
SIGUIER (Marine).- Goncourt et communication : le prix littéraire sous le feu des projecteurs. 2014. Mention : Très bien.	<b>MC 2014 22</b>
<b>2015</b>	
MAYNART (Alexia).- Les rouages du téléchargement légal de jeux vidéo sur « Steam » : création de valeur et sociabilité dans un cadre commercial. 2015. Mention : Très bien.	<b>MC 2015 01</b>
PÄRELON (Matthieu).- Le slogan publicitaire à l'aune du Witz freudien : le slogan manque-t-il d'esprit ou, le slogan marque-t-il l'esprit ?. 2015. Mention : Très bien.	<b>MC 2015 02</b>
KOUKI (Fatima-Zohra).- Le traitement de la mort sur les réseaux sociaux : entre exhibition et occultation. 2015. Mention : Très bien.	<b>MC 2015 05</b>
PAILLOT DE MONTABERT (Camille).- Thomas Hardy et le Dorset : création d'une identité culturelle. 2015. Mention : Très bien.	<b>MC 2015 06</b>
PINON (Guillemette).- Le rôle du web dans le Centenaire de la Première Guerre Mondiale : les enjeux médiatiques d'une commémoration. 2015. Mention : Très bien.	<b>MC 2015 09</b>
LUCK (Thomas).- Le storytelling : symbole des rapports entre communication et société. 2015. Mention : Très bien.	<b>MC 2015 10</b>
TIBERGHIEU (Flora).- Twitter et les mouvements féministes. 2015. Mention : Très bien.	<b>MC 2015 11</b>

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

VASSOR (Mathilde).- La représentation du territoire chez Google Maps et Google Street View : remédier à l'aphorisme « la carte n'est pas le territoire ». 2015. Mention : Très bien.	<b>MC 2015 12</b>
CARRERA-RAMI (Hélène).- Le clip musical et la construction des identités : identité d'artiste, identité collective, identité de marque. 2015. Mention : Très bien.	<b>MC 2015 13</b>
MATEUS (Adeline).- A la rencontre du carnaval de Rio de Janeiro : les influences de la médiation touristique : étude sémio-linguistique de sites dédiés au carnaval de Rio. 2015. Mention : Très bien.	<b>MC 2015 14</b>
PEAN (Eléonore).- L'ingénieur hidalgo Don Quichotte de La Manche, du récit local au mythe : représentations et usages contemporains. 2015. Mention : Très bien.	<b>MC 2015 15</b>
DUPUY CHAVANAT (Joséphine).- Le mécénat photographique : l'image par l'image : le cas de la « Carte Blanche PMU 2014 ». 2015. Mention : Très bien.	<b>MC 2015 16</b>
MEISSIREL-MARQUOT (Paula).- COP 21 : conférence internationale, appropriation nationale ? 2015. Mention : Très bien.	<b>MC 2015 17</b>
LARRIEU (Grégoire).- La traversée du désert en politique : la construction d'une ressource communicationnelle pour faire face à l'échec. 2015. Mention : Très bien.	<b>MC 2015 20</b>
DUCROT (Alexandra).- Enjeux et ressorts de la communication politique sur les risques climatiques : à travers l'analyse des discours du parti politique Europe Ecologie-Les Verts. 2015. Mention : Très bien.	<b>MC 2015 21</b>
ROUSSEL (Clarisse).- Djihad et djihadisme français : registres et imaginaires dans les médias et la parole publique en France. 2015. Mention : Très bien.	<b>MC 2015 22</b>

## **2016**

DUFRAIGNE (Annabelle).- L'instrumentalisation des stéréotypes en marketing territorial : le cas de la métropole Marseille-Provence. 2016. Mention : Très bien.	<b>MC 2016 01</b>
DEMARIA (Julien).- La communication de crise et la mémoire de l'opinion publique : le cas de la crise Société Générale : l'« affaire Kerviel ». 2016. Mention : Très bien.	<b>MC 2016 02</b>
BAVAY (Charlotte).- Les usages mémoriaux du web : le fantasme d'immortalité réactivé à l'ère du numérique. 2016. Mention : Très bien.	<b>MC 2016 06</b>

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

JEUDY-QUINQUENEAU (Lucie).- L'émergence de l'habitat alternatif dans les médias : quand nos maisons traduisent nos aspirations vers une gouvernance renouvelée. 2016. Mention : Très bien. **MC  
2016  
07**

ATHLAN (Simon).- Ecrire le monde à décrire : le cahier de tendances, construction et mise en scène de l'expertise prospectiviste. 2016. Mention : Très bien. **MC  
2016  
09**

BAUBINNEC (Tiphaine).- Les globe-trotters d'Instagram : représentation(s) contemporaine(s) du Voyage. 2016. Mention : Très bien. **MC  
2016  
10**

**À partir de 2017, les mémoires sont collectés uniquement au format électronique. Les mémoires ayant obtenu une note supérieure ou égale à 15 sont consultables dans la base d'archives ouverte DUMAS (<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/>).**

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