

**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 LATTES. J.-C. LATTES / 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. EDITIONS 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**

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. SOCIETE 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 / DELEGATION ILE-DE-FRANCE. 1998. Mention: Très bien. **DSC 1998 05**

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 GENERAL / ISERE / 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 A 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 REGIONALE 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... ECOLE NATIONALE VETERINAIRE 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**

## **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**

LUC (Marie-Hélène).- L'opération Diaspora Rochelaise : entre communication identitaire et développement local. LA ROCHELLE. CABINET DU MAIRE. 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 TELECOM / BRANCHE DEVELOPPEMENT / 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 (Aurélien).- 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-EXUPERY/ DIRECTION DU DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE ET DE L'ENVIRONNEMENT. 2001. Mention : Très bien. **DSC 2001 25**

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**

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**

## 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**

<p>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.</p>	<p><b>DSC</b> <b>2002</b> <b>24</b></p>
<p>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.</p>	<p><b>DSC</b> <b>2002</b> <b>27</b></p>
<p>GATEL (Maud).- La communication de la Commission européenne dans le domaine des fonds culturels. CABINET DU COMMISSAIRE EUROPEEN EN CHARGE DE LA POLITIQUE REGIONALE ET DE LA REFORME DES INSTITUTIONS. 2002. Mention : Très bien.</p>	<p><b>DSC</b> <b>2002</b> <b>29</b></p>
<p>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.</p>	<p><b>DSC</b> <b>2002</b> <b>34</b></p>
<p>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.</p>	<p><b>DSC</b> <b>2002</b> <b>37</b></p>
<p>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.</p>	<p><b>DSC</b> <b>2002</b> <b>41</b></p>
<p>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.</p>	<p><b>DSC</b> <b>2002</b> <b>45</b></p>
<p><b>2003</b></p>	
<p>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.</p>	<p><b>DSC</b> <b>2003</b> <b>02</b></p>
<p>VILLARD (Rémi).- Ce nucléaire qu'on nous montre : la communication de l'industrie nucléaire civile fait sa révolution. 2003. Mention : Très bien.</p>	<p><b>DSC</b> <b>2003</b> <b>03</b></p>
<p>BESANCON (Luc).- La communication sur le risque vaccinal par les autorités de santé : une vision internationale. 2003. Mention : Très bien.</p>	<p><b>DSC</b> <b>2003</b> <b>08</b></p>
<p>BERTAUDIÈRE (Emmanuelle).- Vers une nouvelle dynamique de la relation territoire-entreprise : l'exemple du Pays de Galles. OGILVY. 2003. Mention : Très bien.</p>	<p><b>DSC</b> <b>2003</b> <b>10</b></p>
<p>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 CRETEIL. ASSOCIATION POUR LA PROMOTION DU FESTIVAL INTERNATIONAL. 2003. Mention : Très bien.</p>	<p><b>DSC</b> <b>2003</b> <b>11</b></p>
<p>PLANCHAND (Mélanie).- La communication du risque : l'exemple d'ATOFINA. ATOFINA. DIRECTION DE LA COMMUNICATION. 2003. Mention : Très bien.</p>	<p><b>DSC</b> <b>2003</b></p>

	<b>13</b>
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.	<b>DSC 2003 17</b>
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.	<b>DSC 2003 18</b>
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.	<b>DSC 2003 21</b>
FESSAN (Anne).- Communication de crise au Consulat Général de France à Hong Kong : l'épidémie du SRAS du printemps 2003. 2003. Mention : Très bien.	<b>DSC 2003 22</b>
COUTANCEAU (Emilie).- Les enjeux de la régionalisation du transport ferroviaire voyageurs. 2003. Mention : Très bien.	<b>DSC 2003 24</b>
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 / COMMUNAUTE D'AGGLOMERATION. 2003. Mention : Très bien.	<b>DSC 2003 25</b>
MONTANERT (Sabrina).- La communication sur le développement durable de la Compagnie Nationale du Rhône : faire sens et être visible dans un contexte concurrentiel. MEDIACITE. 2003. Mention : Très bien.	<b>DSC 2003 26</b>
MONOD (Cécile).- Informer 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.	<b>DSC 2003 27</b>
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.	<b>DSC 2003 33</b>
<b>2004</b>	
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.	<b>DSC 2004 01</b>
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.	<b>DSC 2004 06</b>
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.	<b>DSC 2004 12</b>
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 :	<b>DSC 2004</b>

exploration préliminaire au projet de création d'un pôle contenus institutionnel transversal Internet/Intranet au Crédit Agricole Indosuez. 2004. Mention : Très bien.	<b>15</b>
BENIGNI (Elina).- Enjeux d'image et de rayonnement : la culture australienne en France : quelle communication pour quelle culture ? 2004. Mention : Très bien.	<b>DSC 2004 16</b>
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 MEDIAS ET PUBLICITE. 2004. Mention : Très bien.	<b>DSC 2004 17</b>
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'Ile-de-France vers les citoyens franciliens. 2004. Mention : Très bien.	<b>DSC 2004 19</b>
RAZET (Patrice).- Communiquer sur la complexité : la Documentation française : entre mission de Service Public et activités à caractère commercial. 2004. Mention : Très bien.	<b>DSC 2004 21</b>
ADLER (Danièle).- Risque et réputation : comment construire une communication de la confiance ? Etude des cas Royal Dutch / Shell, D'Herbalife et de Buffalo Grill. EDELMAN / DEPARTEMENT CORPORATE. 2004. Mention : Très bien.	<b>DSC 2004 24</b>
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.	<b>DSC 2004 25</b>
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.	<b>DSC 2004 26</b>
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.	<b>DSC 2004 28</b>
FILLIOL (Camille).- La communication touristique : quelle place pour l'éthique ? 2004. Mention : Très bien.	<b>DSC 2004 30</b>
MICHEL épouse CHARAUDEAU (Marie-Odile).- Quelles sont les interactions entre les flux numériques et la modernisation des organisations publiques ? APROGED. 2004. Mention : Très bien.	<b>DSC 2004 35</b>
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.	<b>DSC 2004 36</b>
JACQUIN (Clément).- La lutte des intermittents du spectacle : analyse d'une communication révoltée. 2004. Mention : Très bien.	<b>DSC 2004</b>

## 2005

- 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. **DSC 2005 01**
- DRULLION (Kristine).- Les ONG : nouvelles sentinelles de la réputation des entreprises. TBWA/CORPORATE. 2005. Mention : Très bien. **DSC 2005 06**
- AUCHER (Anne-Laure).- Le Crédit Agricole ou les deux visages du capital : performance capitaliste vs capital image mutualiste. CREDIT AGRICOLE. 2005. Mention : Très bien. **DSC 2005 07**
- REYNIE (Corinne).- 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. **DSC 2005 08**
- GUEORGUIEV (Sonia).- Développement durable et communication commerciale : la communication de développement durable chez Ciments Calcia : de la contrainte à l'opportunité commerciale. 2005. Mention : Très bien. **DSC 2005 09**
- BENOIT (Charlotte).- Ethique et opinion publique : la médiatisation des avis du Comité Consultatif National d'Ethique : l'exemple de la médiatisation de l'avis n° 87. 2005. Mention : Très bien. **DSC 2005 10**
- POUYAT (Catherine).- Le produit, un outil de communication interne ? : la « communication produit » dans la stratégie de communication interne chez Celio. CELIO. 2005. Mention : Très bien. **DSC 2005 15**
- SONTAG (Pascal).- L'anniversaire d'entreprise, occasion stratégique de communication : l'exemple des vingt ans de la chaîne CANAL+. CANAL+. 2005. Mention : Très bien. **DSC 2005 16**
- ZEILIGER (Anaïs).- Gérer la transfrontalité : rôles et enjeux de la communication transfrontalière dans les anciens escartons. 2005. Mention : Très bien. **DSC 2005 19**
- CHEKHAR (Djamila).- Sarkozy dans le texte : la raison, l'émotion et l'imaginaire dans le discours de Nicolas Sarkozy. 2005. Mention : Très bien. **DSC 2005 23**

## 2006

- FABRE (Julie).- 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. **DSC 2006 01**
- REGNIER (Damien).- Hold-up sur les majors ! : l'impact de la crise du disque sur les stratégies de communication des labels de musique. BARCLAY UNIVERSAL MUSIC. 2006. Mention : **DSC 2006**

Bien.	<b>02</b>
HERVET (Martine).- 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.	<b>DSC 2006 04</b>
ROULLAUX (Loïc).- L'utilisation du blog par l'homme politique : quelle actualisation ambiguë de sa communication ? 2006. Mention : Très bien.	<b>DSC 2006 05</b>
OLIVESI (Aurélié).- Les femmes politiques françaises au seuil du pouvoir en 2006 : conquête ou appropriation ? 2006. Mention : Très bien.	<b>DSC 2006 06</b>
KICHENAMA (Lynda).- Les enjeux sociologiques et marketing de la téléphonie mobile pour les grands acteurs du tourisme en France : analyse des axes stratégiques de communication numérique de trois acteurs du secteur. 2006. Mention : Bien.	<b>DSC 2006 07</b>
LAUNAY (Lucie).- La communication interne : outil de management et élément d'implication du personnel : le cas AXA France Services. 2006. Mention : Bien.	<b>DSC 2006 08</b>
KOUAS (Choukri).- La nouvelle stratégie de communication de la Commission européenne : l'exemple de Europe By Satellite. 2006. Mention : Très bien.	<b>DSC 2006 09</b>
VENNETIER (Lorène).- La communication publique dans une opération de démolition-reconstruction : l'implosion des barres Ravel et Presov à la Courneuve. ANATOMIE. 2006. Mention : Très bien.	<b>DSC 2006 10</b>
HUE (Delphine).- Les conséquences de l'acte 2 de la décentralisation au sein du Ministère de l'Équipement : analyse de la communication qui accompagne cette réforme : le cas de la Direction Départementale de L'Équipement de Seine-et-Marne. DIRECTION DEPARTEMENTALE DE L'EQUIPEMENT DE SEINE-ET-MARNE. 2006. Mention : Bien.	<b>DSC 2006 11</b>
LALANDE (Pauline).- La prise en compte du territoire régional dans la communication du FRAC Ile-de-France. FONDS REGIONAL D'ART CONTEMPORAIN ILE DE FRANCE. 2006. Mention : Bien.	<b>DSC 2006 12</b>
CHECCHI (Nathalie de).- 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.	<b>DSC 2006 13</b>
GUERRAH (Afifa).- 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.	<b>DSC 2006 14</b>
DU CHAMP (Charlotte).- 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.	<b>DSC 2006 15</b>
SAUVAL (Lucie).- Le changement de nom pour une collectivité locale : ou quand l'identité du territoire devient stratégie de communication territoriale. 2006. Mention : Très bien.	<b>DSC 2006</b>

	<b>16</b>
BROCHON (Géraldine).- Communication de projets, entre discours et réalité : analyse de l'exemple de la ville du Havre. AGENCE PAYSAGES POSSIBLES. 2006. Mention : Très bien.	<b>DSC 2006 17</b>
MELISSANO (Niko).- La construction de l'image du Louvre-Lens à travers sa politique de communication institutionnelle et urbaine. 2006. Mention : Très bien.	<b>DSC 2006 18</b>
ROYAL (Catherine).- Le positionnement de la communication intercommunale : entre dépendance et cohabitation avec les communications communales. 2006. Mention : Très bien.	<b>DSC 2006 19</b>
SANCTOT (Bénédicte).- La légitimité de la collectivité locale dans la communication sur le service public de l'eau. 2006. Mention : Bien.	<b>DSC 2006 20</b>
VIGNOLLES (Nicolas).- La communication des think tanks français : entre communication « B to B » et communication « B to C ». EURO RSCG C&O.2006. Mention : Très bien.	<b>DSC 2006 21</b>
LEWANDOWSKI (Nicolas).- 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.	<b>DSC 2006 22</b>
LETEIF (Carmen).- Construire une image attractive de la ville : quelle stratégie de communication pour attirer les entreprises ? 2006. Mention : Très bien.	<b>DSC 2006 23</b>
SUTTER (Aurélien).- Quel est le type de communication adapté lors d'une opération de fusion ? 2006. Mention : Très bien.	<b>DSC 2006 24</b>
DUMOND (Barbara).- Le retour du journal papier : chronique d'une évolution à rebours chez Bouygues immobilier. BOUYGUES IMMOBILIER. 2006. Mention : Bien.	<b>DSC 2006 26</b>
MOREAU (Marie-Anne).- Le marketing : une solution pour une meilleure attractivité des territoires ? : l'exemple de l'aménagement numérique des régions Aquitaine et Rhône-Alpes. 2006. Mention : Bien.	<b>DSC 2006 27</b>
BARRAQUAND (Hervé).- 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.	<b>DSC 2006 28</b>
MAGNIER (Laetitia).- Les enjeux de la communication pour une fonction support : le cas de la Coordination Achats Groupe Total. TOTAL. 2006. Mention : Bien.	<b>DSC 2006 29</b>
MARTINEZ (Morgane).- L'espace numérique en vue des élections de 2007. SERVICE D'INFORMATION DU GOUVERNEMENT. 2006. Mention : Bien.	<b>DSC 2006 30</b>

SLIMANI (Michel).- Le rôle de la communication interne dans la conduite du changement : passer d'une culture hiérarchique à une culture projet : le cas de la Chambre de Commerce et d'Industrie du Loiret. 2006. Mention : Bien. **DSC 2006 31**

HIVERT (Florent).- 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'ETAT MAJOR DES ARMEES. 2006. Mention : Très bien. **DSC 2006 32**

## **2007**

BLANCO (Eduardo).- L'empilement territorial : un obstacle pour la communication publique ? 2007. Mention : Bien. **DSC 2007 01**

PEUZIN (Sylvie).- Communication et démocratie participative : l'exemple des comités de pilotage pour la construction et la rénovation des lycées en Provence-Alpes-Côte d'Azur. 2007. Mention : Bien. **DSC 2007 02**

LEMOSLE (Farouz).- Le discours patronal sur le mécénat. 2007. Mention : Très bien. **DSC 2007 03**

DEJARDIN (Laura).- 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**

LESCAUDRON-WARTELLE (Corinne).- 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**

SOTISON (Stéphanie).- 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**

MAIREAU (Aude).- Les festivals d'art français à l'étranger : la médiation culturelle par l'échange interculturel : l'exemple du Festival « Le French May » à Hong Kong. SERVICE DE COOPERATION ET D'ACTION CULTURELLE DU CONSULAT GENERAL DE FRANCE A HONG KONG ET MACAO. 2007. Mention : Bien **DSC 2007 07**

GRILLON (Fleur).- Les mondes virtuels dans les stratégies de communication des entreprises : le cas de Second Life. 2007. Mention : Bien. **DSC 2007 08**

PIQUANDET (Jérémy).- De la communication managériale pour accompagner l'entreprise au changement social : observatoire de la communication interne au sein du groupe AXA. 2007. Mention : Bien. **DSC 2007 09**

ROGAT (Sandra).- L'utilisation des techniques Internet par les interprofessions vitivinicoles françaises. SOPEXA. 2007. Mention : Bien. **DSC 2007 10**

SORRIN (Charlotte).- Saint-Quentin-en-Yvelines, de l'image d'une ville nouvelle modèle à celle d'une ville à maturité. 2007. Mention : Très bien.	<b>DSC 2007 11</b>
ROLL (Aurélia).- Biométrie et communication : lancement de la carte nationale d'identité électronique française. 2007. Mention : Bien.	<b>DSC 2007 12</b>
BARRAUD (Capucine).- Les discours d'investiture à l'élection présidentielle de 2007 : entre émotion et autorité : le cas de Nicolas Sarkozy et de Ségolène Royal. NOUVELLE REPUBLIQUE. 2007. Mention : Très bien.	<b>DSC 2007 13</b>
ROBIN (Armelle).- Rôles de la politique publique et de la communication dans la lutte contre les discriminations en entreprise. CREDOC / DEPARTEMENT EVALUATION DES POLITIQUES PUBLIQUES. 2007. Mention : Très bien.	<b>DSC 2007 14</b>
VANDENDRIS (Morgane).- Lieux de passage, lieux de vie : les stratégies de communication des gares de demain. ETABLISSEMENT D'EXPLOITATION DE LA GARE SAINT-LAZARE. 2007. Mention : Bien.	<b>DSC 2007 15</b>
BAYON (Farouka).- Aménagement du territoire et préservation de l'environnement : deux notions antithétiques. 2007. Mention : Très bien.	<b>DSC 2007 17</b>
MOUTOUNET (Anne).- 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'AMENAGEMENT ET DE L'URBANISME. 2007. Mention : Très bien.	<b>DSC 2007 19</b>
MABILLE (Marion).- La communication électorale des candidats à la présidentielle 2007 lors de « l'affaire Airbus ». ANPE. 2007. Mention : Très bien.	<b>DSC 2007 20</b>
RABUSSEAU (Hélène).- La recomposition de l'image d'entreprise du groupe La Poste à travers le prisme de postéo, le dispositif éditorial à destination de ses partenaires institutionnels. DIRECTION DE LA COMMUNICATION DU GROUPE LA POSTE / POLE ELUS & COLLECTIVITES. 2007. Mention : Bien.	<b>DSC 2007 21</b>
REISDORFFER (Audrey).- L'entrepreneuriat social, entre évolution et révolution : quel(s) discours ? 2007. Mention : Très bien.	<b>DSC 2007 22</b>
FONS (Patrick).- Hyères-les-Palmiers : la mise en œuvre de la communication dans l'implantation d'une médiathèque en Provence-Alpes-Côte d'Azur. 2007. Mention : Bien.	<b>DSC 2007 24</b>
DRESSE (Sidonie).- Les travaux mémoriels : un outil pour accompagner la population lors des opérations de renouvellement urbain ? 2007. Mention : Très bien.	<b>DSC 2007 25</b>
GODEAU (Camille).- Réduisons vite nos déchets, ça déborde : créer le changement de comportement des citoyens en matière environnementale. I&E CONSULTANTS. 2007. Mention : Bien.	<b>DSC 2007 27</b>

CLATOT (Christine).- 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**

BUTEL (Claire).- La communication d'entreprise, un nouveau souffle pour les galeries d'art contemporain françaises ? : certaines galeries d'art contemporain françaises peuvent-elle[s] devenir des acteurs du monde du marketing et de la communication d'entreprise, en développant des services s'apparentant à ceux d'une agence de communication spécialisée dans l'art contemporain ? : le cas de la Galerie Marie Demange. 2007. Mention : Bien. **DSC 2007 29**

CABANNE (Grégoire).- Le tourisme des jeunes européens : développer une stratégie de promotion NTIC en faveur de la France. 2007. Mention : Bien. **DSC 2007 30**

DEREGNAUCOURT (Valérie).- La communication publique en faveur de l'engagement éco-citoyen : une légitimité en construction. AGENCE DE L'ENVIRONNEMENT ET DE LA MAITRISE DE L'ENERGIE. 2007. Mention : Bien. **DSC 2007 32**

LUMINET (Amande).- 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**

ROZIERES (Hélène de).- Analyse du blog à travers son dispositif et ses imaginaires : focus sur les limites de l'expérience de Loïc Le Meur. 2007. Mention : Bien. **DSC 2007 35**

## **2008**

COLOMBIER (Vanessa).- Le bonheur est dans le pré, la politique d'image des Gîtes de France : Gîtes de France face aux nouveaux défis du tourisme vert. 2008. Mention : Bien. **DSC 2008 01**

ALLINNE (Frédéric).- 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**

JAIN (Olivier).- Le tourisme responsable au blog opératoire : étude critique des pratiques médiatiques des Tour Opérateurs et propositions alternatives. 2008. Mention : Bien. **DSC 2008 03**

CHARRAULT (Michèle).- Le tourisme responsable, la nouvelle donne touristique pour les Caraïbes : le positionnement de Voyageurs du Monde. 2008. Mention : Bien. **DSC 2008 04**

CLEMENT (Stéphane).- Les clubs de football professionnels sous la pression des municipalités et de leur communication : l'exemple du Paris Saint-Germain Football Club et de la Mairie de Paris. 2008. Mention : Bien. **DSC 2008 05**

LASSUS (Pauline).- Le palais de Tokyo, une institution en perpétuelle gestation : le cas d'un chantier communicationnel. PASSIONATE MARKETING / NEW YORK. 2008. Mention : Bien.	<b>DSC 2008 06</b>
VEILLAUX (Gaëlle).- 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.	<b>DSC 2008 07</b>
DARBINIAN-BESSET (Inessa).- Politique de promotion touristique de la destination Arménie en France : réorganisation de la destination et repositionnement vers un tourisme culturel. 2008. Mention : Très bien.	<b>DSC 2008 08</b>
CEZARD (Philippe).- L'échéance électorale de mars 2008 : l'opportunité d'évaluer un journal municipal, outil de la démocratie locale : le cas de Sèvres dans les Hauts-de-Seine. 2008. Mention : Bien.	<b>DSC 2008 09</b>
SERIN-REYL (Anne).- Le discours du Medef et l'esprit du capitalisme. 2008. Mention : Très bien.	<b>DSC 2008 10</b>
SCHILLEWAERT-SACQUET (Isabelle).- 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.	<b>DSC 2008 11</b>
GIRARD (Clara).- 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.	<b>DSC 2008 12</b>
DUPUY-HEMAR (Virginie).- 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.	<b>DSC 2008 13</b>
ROCHER-BARRAT (Sibylle).- Ethique de la communication d'influence : le lobbying parlementaire en France. 2008. Mention : Très bien.	<b>DSC 2008 14</b>
CORNEE (Lucie).- Comment communiquer dans un contexte de confusion entre identité réelle et identité perçue ? : l'exemple de la Chambre de Commerce et de l'Industrie française à Hong-Kong. 2008. Mention : Bien.	<b>DSC 2008 15</b>
TAROT (Maxime).- 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'ETUDES SPATIALES. 2008. Mention : Très bien.	<b>DSC 2008 16</b>
GIR (Constance).- Stratégies et développement du mécénat culturel international : vers une collaboration originale entre les entreprises et les institutions culturelles ? INSTITUT DU MONDE ARABE ET MUSEES DU LOUVRE. 2008. Mention : Très bien.	<b>DSC 2008 17</b>
PERES (Céline).- L'enjeu de l'événementiel en ligne en B to B : comment l'événementiel en ligne répond-il à la tendance de l'individualisme connecté ? : études des concepts d'e-	<b>DSC 2008</b>

séminaire et de stand virtuel en 3D temps réel de Dassault Systèmes. 2008. Mention : Assez bien.	<b>18</b>
EULER (Françoise).- Le e-marketing politique : étude sur l'émergence du e-militant sur la base du e-consommateur à travers les campagnes menées par Nicolas Sarkozy et Ségolène Royal dans le cadre de l'élection présidentielle de 2007. 2008. Mention : Bien.	<b>DSC 2008 19</b>
NICOLAS (Lalie Valérie).- 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.	<b>DSC 2008 20</b>
SYLVAIN (Bénédicte).- L'art de raconter des histoires, une opportunité dans la communication d'entreprise : le storytelling étudié chez Saint Louis Sucre, Disney et Chanel. 2008. Mention : Bien.	<b>DSC 2008 21</b>
ATTIA (Elise).- L'e-édition : modèle transitoire vers l'édition de demain ? 2008. Mention : Très bien.	<b>DSC 2008 22</b>
GUILLAUMET (Marie-Hélène).- L'accessibilité Web : une utopie sociotechnique ? : l'ambition d'un progrès technique face à un imaginaire hermétique. 2008. Mention : Très bien.	<b>DSC 2008 23</b>
CORVEZ (Marion).- Le statut du nouveau producteur de contenu : l'influence des plate-formes de partage de vidéos en ligne sur les productions des internautes. 2008. Mention : Assez bien.	<b>DSC 2008 24</b>
MARMEY (Olivier).- Approche narratologique des jeux vidéo : étude basée sur les jeux "Grand Theft Auto IV" et "World of Warcraft". 2008. Mention : Bien.	<b>DSC 2008 25</b>
LAVA (Corinne).- La visite d'entreprise : un levier de communication privilégié par le secteur des liqueurs et spiritueux. 2008. Mention : Très bien.	<b>DSC 2008 26</b>
TIQUET (Caroline).- 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.	<b>DSC 2008 27</b>
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.	<b>DSC 2008 28</b>
BAUDELOCQ (Yann).- La continuité sans changement ou du changement sans continuité : la communication de conduite du changement dans les institutions publiques, des théories au cas du ministère de l'Ecologie dans le contexte de la Révision générale des politiques publiques. MINISTERE DE L'ECOLOGIE, DE L'ENERGIE, DU DEVELOPPEMENT DURABLE ET DE L'AMENAGEMENT DU TERRITOIRE. 2008. Mention : Bien.	<b>DSC 2008 31</b>
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.	<b>DSC 2008 32</b>

DUBOIS (Rémi).- Rap militant et Internet : entre opportunité artistique et opportunisme marketing. 2008. Mention : Très bien.	<b>DSC 2008 33</b>
KERGORLAY (Marie de).- My Major Company, le "premier label participatif" : analyse des stratégies de communication, marketing, financières des labels sur Internet, de la médiatisation de leurs artistes, et des usages des internautes engendrés par ce nouveau mode de production de la musique. 2008. Mention : Bien.	<b>DSC 2008 34</b>
MERLE (Luce).- Les marques en conversation avec leurs consommateurs, quelle réalité ? : étude comparée des sites participatifs des entreprises publiques dans le domaine des transports : SNCF Opinions & Débats, vous-et-la-ratp.net. 2008. Mention : Bien.	<b>DSC 2008 35</b>
COM (Morgane).- Google France : une stratégie de communication du gratuit payante : une nouvelle manière de faire sa publicité & de faire accepter la publicité ? 2008. Mention : Bien.	<b>DSC 2008 36</b>
MATHIAUT (Liane).- Web 2.0 et communication corporate : une nouvelle culture du risque : cas pratique de la SNCF. 2008. Mention : Très bien.	<b>DSC 2008 37</b>
GUTSATZ (Sara).- L'UFC Que Choisir : mise en question des stratégies d'influence au travers de l'utilisation de la valeur de preuve par une structure d'influence multiple et complexe. 2008. Mention : Bien.	<b>DSC 2008 38</b>
MONDET (Laure). - De l'usage de la concertation publique dans la gestion et la politique locales. 2008. Mention : Bien.	<b>DSC 2008 39</b>
<b>2009</b>	
GUICHARD (Véronique).- L'éditorialisation des parcours d'art contemporain dans la fabrique symbolique de "Paris Métropole" culturelle et touristique. 2009. Mention : Bien.	<b>DSC 2009 01</b>
NAUMOVSKI (Jaklina).- La Macédoine : une destination touristique en devenir ? 2009. Mention : Bien.	<b>DSC 2009 02</b>
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.	<b>DSC 2009 03</b>
HAUMULLER (Stéphanie).- La communication des entreprises face aux enjeux du développement durable : dans quelle mesure la stratégie publicitaire axée sur le développement durable peut-elle être considérée comme une communication paradoxale pour l'entreprise ? 2009. Mention : Bien.	<b>DSC 2009 04</b>
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.	<b>DSC 2009 05</b>

JOUNAULT (Béatrix).- Enjeux et stratégies d'influence des régions françaises auprès de l'Union Européenne. 2009. Mention : Très bien.	<b>DSC 2009 06</b>
MOMAUUR (Charlotte).- La Communication interne en temps de crise économique : étude du discours managérial. 2009. Mention : Très bien.	<b>DSC 2009 07</b>
CLAIREMBAULT (Freddy).- Relations publiques et médias sociaux : une nouvelle approche des relations presse : cas : l'exemple de Packard Bell pour le secteur informatique. 2009. Mention : Bien.	<b>DSC 2009 08</b>
QUERIAUD (Sylvain).- Quels sont la place et le rôle des médias audiovisuels dans la construction d'une politique de communication interne ? : étude illustrée par une analyse des pratiques du groupe Total. 2009. Mention : Assez bien.	<b>DSC 2009 09</b>
VILLAMARIN-BORJA (Pamela).- Les 4 [quatre] mondes de la destination Equateur : la réorientation d'une stratégie de communication touristique de type institutionnelle [i.e. institutionnel]. 2009. Mention : Bien.	<b>DSC 2009 10</b>
LECAILLE-BOURGIER (Valérie).- Les forums sur Internet : quel traitement éditorial pour quels sociabilités et usages numériques ? 2009. Mention : Bien.	<b>DSC 2009 11</b>
RAMBAUD (Marion).- Le nouveau rôle de la communication de recrutement. 2009. Mention : Très bien.	<b>DSC 2009 12</b>
MARTIN (Aurélié).- "Chers agents, votez pour moi !" : communication interne, bien-être et réélection au conseil général du Cher. 2009. Mention : Très bien.	<b>DSC 2009 13</b>
O'MAHONY (Sophie).- Bombardier Transport, l'inconnu de notre train[-]train quotidien. 2009. Mention : Bien.	<b>DSC 2009 14</b>
FARABEE (Elizabeth).- Les implications d'une politique linguistique axée sur l'anglais dans une entreprise en voie d'internationalisation. 2009. Mention : Très bien.	<b>DSC 2009 15</b>
PUJO-SAUSSET (Marion).- 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.	<b>DSC 2009 16</b>
MARTIN (Diane).- Paris métropole : identité parisienne et enjeux métropolitains. 2009. Mention : Très bien.	<b>DSC 2006 17</b>
BELOUNIS (Nacéra).- Bâtir une culture d'entreprise autour de la marque : quand Orange donne sa couleur. 2009. Mention : Très bien.	<b>DSC 2009 18</b>

MICHAU (Evelyne).- La communication sur le nucléaire civil en France dans la presse : dans quelle mesure peut[-]on parler aujourd'hui de communication démocratique concernant le nucléaire civil en France[?] : (au regard de ses évolutions dans le domaine communicationnel depuis les événements de 1986 et la première crise de confiance du public en cette énergie). 2009. Mention : Bien.	<b>DSC 2009 19</b>
NOVEL (Lucie).- Les évolutions multicanal dans le secteur de l'assurance aux particuliers. 2009. Mention : Bien.	<b>DSC 2009 20</b>
CHÂTELIER (Camille).- Le jeu vidéo dans le Vietnam contemporain : construction et déconstruction d'un loisir culturel : mémoire réalisé à partir du cas du jeu vidéo "Thuan Thien Kiem" (Vina Game). 2009. Mention : Bien.	<b>DSC 2009 21</b>
FUSCO (Raphaëlle).- Le statut de la salle de bain dans la société française et son marché : en quoi l'analyse de la démarche d'appropriation de cette pièce constitue un axe de réflexion pour l'approche de la communication ? 2009. Mention : Assez bien.	<b>DSC 2009 22</b>
GRANDCAMP (Stéfane).- De la communication du développement durable au développement durable de la communication : quitter ce qui rend durable le désirable et se tourner vers ce qui rend désirable le durable. 2009. Mention : Bien.	<b>DSC 2009 23</b>
BONIFACE (Laura).- 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.	<b>DSC 2009 24</b>
RADWAN (Anna).- Pourquoi et comment repositionner une destination urbaine : l'éditorialisation de la ville de Rabat au Maroc. 2009. Mention : Bien.	<b>DSC 2009 25</b>
DURIEUX (Mathilde).- Parole et cinéma : du bouche-à-oreille au buzz-à-oreille : analyse discursive du rôle accordé au spectateur dans la construction de la popularité d'un film. 2009. Mention : Bien.	<b>DSC 2009 26</b>
GOGNY (Hélène).- L'innovation communicationnelle et relationnelle des hôtels de luxe : repositionnement et nouvelles stratégies du groupe Accor et de sa marque Sofitel. 2009. Mention : Bien.	<b>DSC 2009 27</b>
MORAES (Marion).- "L'égalité des chances" ou "l'ethnique" omniprésent : étude de cas du Cercle Passeport Télécoms, une association en faveur de "l'égalité des chances". 2009. Mention : Bien.	<b>DSC 2009 28</b>
PLACE (Marie de).- Quand l'évènement se fait monde : un nouveau défi pour la communication interne : contraintes culturelles et spatiales et nouvelles logiques communicationnelles. 2009. Mention : Bien	<b>DSC 2009 29</b>
GIRAUDEAU (Thibaud).- La mise en récit du musée sur Internet : de l'intention stratégique à la traduction numérique. 2009. Mention : Très bien	<b>DSC 2009 30</b>
SCHAEFER (Coralie).- La communication lingerie : entre pertinence et impertinence : étude de cas des marques Dim et Aubade. 2009. Mention : Bien.	<b>DSC 2009 31</b>

NURY-TORRAS (Myrtille). - Exposer un territoire en devenir : le cas du "Grand Pari(s)" : de la communication à la médiatisation. 2009. Mention : Très bien.	<b>DSC 2009 32</b>
BLAS (Aurélie).- Transilien SNCF dans la tourmente. 2009. Mention : Bien.	<b>DSC 2009 33</b>
BREGEON (Gaëlle).- L'intégration des nouveaux médias dans les stratégies de communication des institutions publiques. 2009. Mention : Bien.	<b>DSC 2009 34</b>
POLET (Laura).- Twitter : simples bavardages ou révélateur des usages de demain ? 2009. Mention : Assez bien.	<b>DSC 2009 35</b>
BERCHON (Mathilde).- La figure de l'entrepreneur du web. 2009. Mention : Bien.	<b>DSC 2009 36</b>
PROVOST (Sophie), VAN DAMME (Virginie).- Développement durable et communication publique en ligne au service d'un territoire en émergence : le cas de Paris Métropole. GROUPE AXA ET GROUPE BOUYGUES. 2009. Mention : Bien.	<b>DSC 2009 37</b>
JOUBERT DES OUCHES (Diane).- Le blog interne en entreprise. 2009. Mention : Bien.	<b>DSC 2009 38</b>
BANNET (Fanny).- La valorisation de l'expérience du spectateur dans la stratégie de communication et marketing du Théâtre national de Chaillot. 2009. Mention : Très bien.	<b>DSC 2009 39</b>
DEVAUX-TREBOUVIL (Emilie).- Jean-François Copé : une stratégie de communication construite autour d'un positionnement institutionnel original. ASSEMBLEE NATIONALE. 2009. Mention : Très bien.	<b>DSC 2009 40</b>
JESU (Louis).- 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.	<b>DSC 2009 41</b>
PRIGENT (Marion).- 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.	<b>DSC 2009 42</b>
BONAN (Giulio).- La communication du médicament sous contrainte. SANOFI – AVENTIS. 2009. Mention : Bien.	<b>DSC 2009 43</b>
KALAI (Mourad).- L'omniprésence du Web 2.0 au sein des organisations fait-elle de nous des travailleurs de la connaissance ? 2009. Mention : Assez bien.	<b>DSC 2009 44</b>

PEDEMANAUD (Pauline).- 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 ». MINISTERE DE LA DEFENSE. 2009. Mention : Très bien.	<b>DSC 2009 45</b>
ZERBIB (Pauline).- Les sites d'exposition : ou les fantasmes des acteurs culturels sur Internet. 2009. Mention : Assez bien.	<b>DSC 2009 47</b>
RAMI (Johanne).- Initiative communautaire numérique dans l'Union européenne : <a href="http://ec.europa.eu/health-eu">http://ec.europa.eu/health-eu</a> : informer le citoyen sur la santé publique. 2009. Mention : Très bien.	<b>DSC 2009 48</b>
TAZI (Myriam).- La banlieue et l'entreprise : enjeux médiatiques et politiques. AGENCE NATIONALE POUR LA COHESION SOCIALE ET L'EGALITE DES CHANCES. 2009. Mention : Bien.	<b>DSC 2009 49</b>
LARGE (Renaud).- Think tank : réflexion pratique ou pratique de la réflexion : les temporalités du lobbying dans les instituts de recherche indépendants. TBWA/CORPORATE. 2009. Mention : Assez bien.	<b>DSC 2009 50</b>
MAHMOUN (Mathieu).- L'espace public nucléaire en France : étude des stratégies de communication et des espaces de rencontre. EDF. 2009. Mention : Très bien.	<b>DSC 2009 51</b>
THEVENOT (Christine).- L'émergence de la construction coopérative du savoir en situation professionnelle : une approche communicationnelle. 2009. Mention : Très bien.	<b>DSC 2009 52</b>
RABOT (Eric).- L'Eurodistrict Strasbourg-Ortenau : un « Washington D.C. » européen ? : communication de la ville et de la communauté urbaine de Strasbourg sur un projet de coopération intercommunale transfrontalière. 2009. Mention : Bien.	<b>DSC 2009 53</b>
CALLY (Elodie).- Les relations presse pour les PME : comment les rendre visibles dans les médias ? 2009. Mention : Très bien.	<b>DSC 2009 54</b>
DISIC (Christophe).- Expression de l'opposition dans les publications territoriales : une approche juridique et communicationnelle de la démocratie représentative locale. 2009. Mention : Bien.	<b>DSC 2009 55</b>
REYNAUD (Julien).- Communication Web et développement durable : étude appliquée au secteur de l'énergie domestique (Totalgaz, Poweo, EDF). 2009. Mention : Assez bien.	<b>DSC 2009 56</b>
EMERY (Julien).- La portabilité : ou comment repenser le bien musical, la création de valeur autour de celui-ci et sa répartition entre les acteurs de la musique numérique. 2009. Mention : Bien.	<b>DSC 2009 57</b>
PATIER (Sarah).- Internet et mouvances identitaires : vers une reconquête effective de l'espace public ? 2009. Mention : Bien.	<b>DSC 2009 58</b>

BRIERE (Basile).- Les blogs d'agence web : le paradoxe d'un média amateur au service de professionnels de la communication. 2009. Mention : Bien. **DSC 2009 59**

## 2010

DANIEL (Marlène).- « 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. **DSC 2010 01**

ROY-MARACCI (Véronique).- Déployer un Intranet 2.0 à la SNCF : freins et facteurs de succès. DIRECTION DES SYSTEMES D'INFORMATION ET DE TELECOMMUNICATIONS DE LA SNCF. 2010. Mention : Très bien. **DSC 2010 02**

GUEZ THOMAS (Sarah).- Google Books : une bibliothèque universelle ? : de l'appropriation à la diffusion du patrimoine par les acteurs des sphères publiques et privées : retour sur un débat millénaire ressuscité par une start-up américaine d'à peine plus de dix ans. 2010. Mention : Bien. **DSC 2010 03**

FACHAN (Noémie).- L'Europe de la connaissance : la part de la communication dans la mise en place d'un système public de capitalisation des connaissances. COMMISSION EUROPEENNE. 2010. Mention : Très bien. **DSC 2010 04**

MASSIAS (Carole).- Une Web TV pour la métropole de Paris : territoire en mutation et destination en renouveau : veille éditoriale et propositions créatives. 2010. Mention : Assez bien **DSC 2010 05**

FALAIZE (Morgane).- Le community management dans les secteurs de loisirs : comment tirer parti de l'expérience du jeu vidéo et de la musique. 2010. Mention : Bien. **DSC 2010 06**

SUCHET (Anne-Catherine), VOUIN (Emmanuel).- L'entreprise à l'épreuve du suicide : questionnement des actions de communication et de la conduite du changement. 2010. Mention : Très bien. **DSC 2010 07**

SORIEUL (Julie).- Alicante en charter ou Astana en couchsurfing : le nouveau tourisme et ses conséquences sur la communication des destinations. 2010. Mention : Très bien. **DSC 2010 08**

GIRARD (Clémentine).- 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. **DSC 2010 09**

BATTAIS (Elise).- L'athlétisme mobilise en communication interne : le cas d'Areva. 2010. Mention : Bien. **DSC 2010 10**

CANONICI (Paule).- Territoires urbains et mobilités : métropolisation de Paris au regard de la photographie : propositions créatives et éditoriales. 2010. Mention : Bien. **DSC 2010 11**

VALLET (Antoine).- La recherche L'Oréal face aux défis du web 2.0. 2010. Mention : Assez bien.	<b>DSC 2010 12</b>
BERETTI (Nicolas).- Powerpoint : un architecte de la pensée : les enjeux de pouvoir d'un cadre techno-sémiotique. 2010. Mention : Très bien.	<b>DSC 2010 13</b>
GARCIA (Olivier).- Trouver son conte : la dimension narrative au service du mécénat de projets culturels. 2010. Mention : Très bien.	<b>DSC 2010 14</b>
LUCAS (Ingrid).- Fonctions et impacts de la communication de Cisco : un positionnement hégémonique à l'épreuve du marché des PME. 2010. Mention : Très bien.	<b>DSC 2010 15</b>
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.	<b>DSC 2010 16</b>
LAVENTURE (Emilie) PRIOUX (Claire) LEITE (Eric).- Le tourisme métropolitain : imaginaire, innovation et offre de services culturels et de loisirs pour la métropole de Paris. 2010. Mention : Bien.	<b>DSC 2010 17</b>
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.	<b>DSC 2010 18</b>
LABOULANDINE (Théo).- Médiation sur l'Internet : le cas du néologisme crowdsourcing. 2010. Mention : Bien.	<b>DSC 2010 19</b>
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.	<b>DSC 2010 20</b>
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.	<b>DSC 2010 21</b>
ECHILLEY (Manuela), GAULEJAC (Damien de).- Pour une communication globale chemin de sortie de crise à France Télécom ? 2010. Mention : Bien.	<b>DSC 2010 22</b>
BOSSER (Anne).- Des portraits du quotidien incarnant une ville de banlieue reconstruite à taille humaine : l'exemple de « Bondy, zone humaine sensible ». 2010. Mention : Assez bien.	<b>DSC 2010 23</b>
JAMET (Franck).- Blogs de salariés : un autre discours sur l'entreprise est-il possible ? 2010. Mention : Très bien.	<b>DSC 2010 24</b>

GIACOMONI (Véronique), THEOPHILE (Isabelle).- Quels impacts le Tsunami de 2004 en Asie du Sud-Est a-t-il eu sur la communication des ONG en matière de collecte de fonds ? : évolution du discours de collecte de fonds de Médecins Sans Frontières et Action Contre la Faim, entre 2004 (Tsunami en Asie du Sud-Est) et 2010 (Séisme en Haïti). 2010. Mention : Bien.	<b>DSC 2010 25</b>
GAULTIER (Marie-Aimée).- L'impact des diversités culturelles sur la communication interne d'une entreprise multinationale et multisecteurs. 2010. Mention : Assez bien.	<b>DSC 2010 26</b>
SCHENIN-KING (Madly).- Le tourisme durable comme outil d'aide à la construction d'une stratégie de communication touristique : le cas de la Martinique. 2010. Mention : Bien.	<b>DSC 2010 27</b>
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.	<b>DSC 2010 28</b>
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.	<b>DSC 2010 29</b>
GIROUD (Marion).- Fondations d'entreprise et réputation : l'exemple de L'Oréal et de sa fondation d'entreprise. 2010. Mention : Bien.	<b>DSC 2010 30</b>
PERRIER (Tiphaine).- Le changement d'identité d'une entreprise et la dimension interculturelle d'un groupe né d'une joint-venture avec une société indienne : l'exemple de Graphicness LLC à New York. 2010. Mention : Bien.	<b>DSC 2010 31</b>
BUGUET (Céline).- A la reconquête d'une légitimité : l'engagement des laboratoires pharmaceutiques pour le paludisme : étude de cas Sanofi-Aventis. 2010. Mention : Bien.	<b>DSC 2010 32</b>
SURCIN (Céline).- Promotion de la diversité : communiquer au-delà des stéréotypes et des préjugés. 2010. Mention : Bien.	<b>DSC 2010 33</b>
PLOIX (Artémise).- Quelle stratégie de communication un EPCI peut-il mettre en place pour se rendre attractif auprès des entreprises ? 2010. Mention : Assez bien.	<b>DSC 2010 34</b>
BACCIALONE (Matthieu).- La communication : levier de modernisation de l'Etat. DIRECTION GENERALE DE LA MODERNISATION DE L'ETAT DU MINISTERE DU BUDGET, DES COMPTES PUBLICS, DE FONCTION PUBLIQUE ET LA REFORME DE L'ETAT. 2010. Mention : Bien.	<b>DSC 2010 35</b>
BECK (Arnaud).- La communication d'Annecy 2018 : un exemple de storytelling territorial. COMITE DE CANDIDATURE 2018. 2010. Mention : Bien	<b>DSC 2010 36</b>

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.	<b>DSC 2010 37</b>
AMERICANO (Fernando).- La transparence dans le contexte de Twitter : clé de voûte de la démocratie ou esthétique opacifiante ? 2010. Mention : Très bien.	<b>DSC 2010 38</b>
RECOULES (Théo).- 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.	<b>DSC 2010 40</b>
SANDRIN (Laurence).- Le don d'organes : « grande cause nationale 2009 » : la communication d'un thème de santé publique confiée aux associations. 2010. Mention : Bien.	<b>DSC 2010 41</b>
VOLAY (Mathilde).- 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 GENERAL DU RHONE. 2010. Mention : Très bien.	<b>DSC 2010 42</b>
CEPEDE (Oriane).- La communication du fonds social européen en France. RECTORAT DE CRETEIL. 2010. Mention : Bien.	<b>DSC 2010 43</b>
FABRE (Aurélien).- Un objet commun ? : la publicisation des déchets radioactifs et la communication de l'Andra. ANDRA. 2010. Mention : Très bien.	<b>DSC 2010 44</b>
BARRE (Jessie).- 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.	<b>DSC 2010 45</b>
LE CAM (Sophie).- 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.	<b>DSC 2010 46</b>
MICHON (Anne-Laure).- La réaction des élus locaux face à la réforme territoriale. ASSOCIATION DES MAIRES DE FRANCE. 2010. Mention : Très bien.	<b>DSC 2010 47</b>
GANIER (Aude).- Transparence de la communication du nucléaire : une stratégie risquée pour une activité à risques. 2010. Très bien.	<b>DSC 2010 48</b>
FONTAINE (Guillaume).- Les régions en quête de proximité : stratégies d'identification : le cas spécifique du Limousin. 2010. Mention : Bien.	<b>DSC 2010 49</b>
NEKAA (Salima).- 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.	<b>DSC 2010 50</b>

BOURGUIGNAT (Delphine).- Efundraising : les mutations techniques et sociales qui modifient les contours du secteur associatif. 2010. Mention : Bien.	<b>DSC 2010 51</b>
CANNESSON (Claire).- Les enjeux communicationnels de l'implication des salariés dans le mécénat d'entreprise : l'exemple de la Fondation Veolia Environnement. 2010. Mention : Très bien.	<b>DSC 2010 52</b>
GIBIER (Anne).- L'outil bureautique dans les discours et les pratiques professionnelles d'un institut d'études de marché : le cas des présentations « Slickslides ». 2010. Mention : Bien.	<b>DSC 2010 53</b>
SUSTER (Séverine).- 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.	<b>DSC 2010 54</b>
ZERLAUTH DISIC (Julie).- L'Unicef et le réseau Villes amies des enfants : de l'image de marque internationale à la marque d'une image locale. 2010. Mention : Bien.	<b>DSC 2010 55</b>
THOMAS (Stéphanie).- La communication en matière de pandémie grippale : les nouveaux enjeux en temps de crise : l'épisode de la Grippe A. 2010. Mention : Très bien.	<b>DSC 2010 56</b>
DANDOLO (Laure).- L'Hôtel de ventes Drouot : lieu de mise en scène de l'objet et des relations. 2010. Mention : Très bien.	<b>DSC 2010 57</b>
GIRARDEAU (Vanessa).- La thématique de la mobilité dans les discours sur le Grand Paris : entre choix techniques et choix politiques. 2010. Mention : Très bien.	<b>DSC 2010 58</b>
HONNET (Margaux).- Festival musical et ruralité. 2010. Mention : Très bien.	<b>DSC 2010 59</b>
BENSCH (Aurélie).- Galeries d'art contemporain : les technologies numériques au service des stratégies de communication. 2010. Mention : Bien.	<b>DSC 2010 60</b>
TCHENG (Nicolas).- Cergy-Pontoise : habiter un rêve. 2010. Mention : Très bien.	<b>DSC 2010 61</b>
PALEOLOGUE (Alexandra).- Les conseillers en communication dans les cabinets ministériels : « ovni » entre deux mondes ? 2010. Mention : Très bien.	<b>DSC 2010 62</b>