DELIBERATION CFVU_093-2025

Vu le code de l'éducation, notamment ses articles L.123-1 à L.123-9, L.712-6-1 et L.719-7 ;
Vu le décret 71-871 du 25 octobre 1971 portant création de l'Université d'Angers ;
Vu les statuts et règlements de l'Université d'Angers, tels qu'en vigueur ;
Vu la délibération n° CA003-2024 en date du 22 février 2024 relative à l'élection de la Présidente de l'Université d'Angers ;

Vu les convocations envoyées aux membres de la Commission de la Formation et de la Vie Universitaire le 1er décembre 2025

Objet de la délibération : Création du parcours "Management et Communication Culturelle" au sein du Master Direction de projets ou établissements culturels - IRCOM - ESTHUA INNTO

La Commission de la Formation et de la Vie Universitaire réunie le 8 décembre 2025 en formation plénière, le quorum étant atteint, arrête :

La création du parcours « Management et Communication Culturelle » au sein du Master « Direction de Projets ou Etablissements Culturels » entre l'ESTHUA INNTO – Institut National du Tourisme et l'IRCOM est approuvée.
Cette décision est adoptée avec 24 voix POUR et 6 voix CONTRE.

Françoise GROLLEAU
Présidente de l'Université d'Angers
Signé le 16 décembre 2025

La présente décision est exécutoire immédiatement ou après transmission au Rectorat si elle revêt un caractère réglementaire.
Dans un délai de deux mois à compter de sa publication ou de sa transmission au Rectorat suivant qu'il s'agisse ou non d'une décision à caractère réglementaire, elle pourra faire l'objet d'un recours gracieux auprès de la Présidente de l'Université d'Angers ou d'un recours contentieux devant le tribunal administratif de Nantes.
La Présidente de l'Université d'Angers peut être saisie par voie postale, à l'adresse suivante : Présidence de l'Université d'Angers 40, rue de Rennes - BP 73532 49035 - ANGERS cedex 01
La juridiction administrative peut être saisie par voie postale (Tribunal administratif de Nantes, 6 allée de l'Île Gloriette, CS 24111 44041 Nantes Cedex) mais également par l'application « Télérecours Citoyens » accessible à partir du site Internet www.telerecours.fr
Conformément aux articles R421-1 et suivants du code de justice administrative, en cas de refus opposé à un éventuel recours gracieux déposé auprès de la Présidente de l'Université ou de rejet implicite consécutif au silence gardé durant deux mois par la Présidente ainsi saisie, la présente décision pourra faire l'objet d'un recours devant le tribunal administratif de Nantes dans un nouveau délai de deux mois selon les modalités précitées. Passé ce délai, elle sera reconnue définitive.

Affiché et mis en ligne le : 17 décembre 2025

Demande de création d'un parcours
Diplôme national de DEUST,
Licence générale et professionnelle, Master

Type de diplôme : Master

Intitulé de la mention : Direction de projets ou établissements culturels

Présentation de la formation

Intitulés du parcours type de formation : Management et Communication Culturelle

Niveau du parcours : Bac + 4 / Bac + 5

Objectifs de la formation :

- Développer une expertise en communication stratégique et en management appliqués aux domaines culturels et patrimoniaux.
- Combiner une solide formation en humanités (littérature, histoire, philosophie) avec des compétences pratiques en gestion de projets et direction d'établissements.
- Préparer les étudiants à des postes de responsabilité grâce à une pédagogie immersive et professionnalisante (stages, alternance, simulations, rencontres avec des professionnels).
- Favoriser un esprit entrepreneurial et une analyse critique via des projets concrets et un mémoire de fin d'études.

Modalités d'enseignement : Master 1 en formation initiale, Master 2 en alternance

Volume horaire de la formation : **(global)**
Détail CM : 454 h **TD :** 272 h **TP :** 169 h

Lieux de la formation : Campus de l'Ircom Angers, 23 rue Edouard Guinel 49130 Les Ponts-de-Cé

Liens avec la recherche : La recherche en sciences de l'information et de la communication (SIC) et dans d'autres disciplines (Humanités, Sciences de gestion) occupe une place centrale tout au long des deux années du programme. Les étudiants s'initient à la recherche académique et sont encouragés à participer à des travaux de recherche, à explorer des problématiques actuelles et à contribuer, directement ou indirectement, à des publications ou des projets collaboratifs, renforçant ainsi leur esprit critique et leur expertise académique.

Liens avec le monde socio-économique : L'Ircom entretient depuis 40 ans des relations étroites avec le tissu socio-économique, grâce à un réseau solide de partenaires institutionnels, associatifs et culturels. Cette proximité se traduit par une forte implication des professionnels dans la formation : interventions régulières, projets appliqués, collaborations avec des structures culturelles locales et nationales, et insertion des étudiants au sein d'organisations lors de stages ou d'alternances. Ce dialogue constant avec les acteurs du secteur garantit l'adéquation des compétences développées aux besoins actuels et

émergents du monde professionnel. Afin d'assurer une mise à jour continue des contenus pédagogiques et de maintenir une cohérence stratégique avec les évolutions du champ de la communication culturelle, un conseil de perfectionnement se réunira chaque année.

Effectifs attendus : 20 à 25 par promotion.

Présentation de l'équipe pédagogique

Johan Glaisner, Docteur en Sciences de gestion, qualifié MCF
Olivier Masclef, Docteur en Science de gestion, qualifié MCF, directeur de la Chaire Entreprise du Travail Vivant.
Laure Darq, Docteure en Littérature, qualifiée MCF, directrice de la Chaire Culture et Patrimoine Vivant de l'Ircom, chercheuse associée au CIRPAL Bertrand Senez, Docteur en Sciences de l'éducation.
François Gallon, Docteur en Sociologie
Paul Delava, Doctorant en SIC
Olivier Mathonat, Doctorant en SIC

Partenariats

Co-accréditation ou partenariat avec un autre (d'autres) établissement d'enseignement supérieur public : N/A

Internationalisation des formations : La formation pourra s'appuyer le service des Relations Internationales de l'Ircom et ses 50 universités partenaires en Europe et dans le monde.

Conventionnement avec une institution privée française : N/A

Annexe 1 : Lettre argumentaire (co-signée en cas de co-accréditation) comportant les éléments suivants :

- Justification du projet (lien avec la stratégie de formation de l'établissement, évolution du secteur, de la profession, évolution de la réglementation, secteur émergent scientifiquement…)
- Objectifs en termes de recrutement : publics visés ; pour la formation continue, catégories de salariés susceptibles d'être intéressés
- Objectifs en termes de flux pour la prochaine période

Annexe 2 : maquette de formation

Ircom
École supérieure
des Humanités & du Management

institut
national
de tourisme
INTO
ESTHUA
Université d'Angers

MASTER DIRECTION DE PROJETS OU ETABLISSEMENTS CULTURELS
- PARCOURS MANAGEMENT ET COMMUNICATION CULTURELLE -

Lettre argumentaire

1. Justification du projet

Lien avec la stratégie de formation de l'établissement

L'Ircom, école des Humanités et du Management, est un établissement d'enseignement supérieur privé labellisé EESPIG, fondé en 1984, qui propose plusieurs formations :

- Une licence en Humanités et Science politique, délivrée en convention avec l'Université d'Angers ;
- Un Bac+5 en Management et Communication, reconnu par l'État (Titre RNCP – niveau 7) ;
- Un Diplôme d'État d'Éducateur Spécialisé (DEES) agréé par la Région des Pays de la Loire et préparé dans le cadre d'un partenariat avec l'Université d'Angers (Faculté de Psychologie),
- Un Certificat d'Aptitude à la Fonction d'Encadrement et de Responsable d'Unité d'Intervention Sociale (CAFERUIS), agréé par la Région des Pays de la Loire
- Un diplôme Bac+4/5 en Management de la solidarité internationale et de l'action sociale, reconnu par l'État (Titre RNCP niveau 7)

L'Ircom est aujourd'hui implantée sur deux sites : à Angers, où sont proposées les formations citées, et à Lyon, depuis 2019, où est délivrée la licence en Humanités et Science politique par extension de la convention avec l'Université d'Angers. L'Ircom poursuit son développement avec l'ouverture d'un campus à Bordeaux en septembre 2026.

Depuis 2014, l'Ircom a créé un laboratoire de recherche, le LABOREM. Ce laboratoire pluridisciplinaire regroupe l'ensemble des activités de recherche de l'école et fédère les 11 enseignants chercheurs (docteurs/ doctorants). Au sein de ce laboratoire, quatre disciplines sont particulièrement représentées : la littérature, les sciences de l'information et de la communication, les sciences de gestion et les sciences politiques.
L'Ircom se distingue également par ses deux chaires de recherche :

- La Chaire Culture et Patrimoine Vivants, qui vise à étudier et valoriser des courants structurants de l'héritage culturel et patrimonial, avec un accent particulier sur la transmission et la préservation des savoirs ;
- La Chaire Entreprise du Travail Vivant, menée en partenariat avec plusieurs entreprises, vise à déterminer quelles sont les conditions de réussite d'un management du Travail Vivant.

L'Ircom propose également des activités de formation et des prestations à destination des entreprises et des professionnels. Ses principaux domaines d'expertises sont : la

communication de crise, les relations presse et le media training, la stratégie de communication, le management, le conseil en stratégie.

Ces initiatives reflètent l'engagement de l'Ircom à répondre aux besoins du monde contemporain en formant des professionnels compétents et responsables, tout en contribuant activement à la recherche et à l'innovation dans ses domaines d'expertise.

Formant depuis longtemps des étudiants intéressés par les enjeux liés au patrimoine et à la culture, issus de sa licence en Humanités et Science politique, délivrée en convention avec l'Université d'Angers ou nous ayant rejoint directement en Bac+4 de Management et communication, il apparaît particulièrement cohérent pour l'Ircom de proposer à ses étudiants une filière au carrefour de ces deux champs : la culture et le patrimoine d'une part, la communication et le management d'autre part.

L'objectif principal du **Master Direction de projets ou établissements culturels – Parcours Management et communication culturelle** est de former des responsables de la communication capables de répondre aux besoins spécifiques des secteurs de la culture, du patrimoine voire du tourisme. Ces domaines, en constante évolution, nécessitent des professionnels dotés d'une vision stratégique et d'une maîtrise des outils de communication contemporains, tout en étant profondément ancrés dans la valorisation des richesses culturelles et patrimoniales.

Les diplômés seront en mesure de concevoir et de mettre en œuvre des stratégies de communication innovantes, adaptées aux enjeux locaux et internationaux, en intégrant des dimensions comme la gestion des publics, la promotion des territoires et l'utilisation des nouvelles technologies.

Objectifs visés :

- Développer une expertise en communication stratégique et en management appliqués aux domaines culturels et patrimoniaux.

- Combiner une solide formation en humanités (littérature, histoire, philosophie) avec des compétences pratiques en gestion de projets et direction d'établissements.

- Préparer les étudiants à des postes de responsabilité grâce à une pédagogie immersive et professionnalisante (stages, alternance, simulations, rencontres avec des professionnels).

- Favoriser un esprit entrepreneurial et une analyse critique via des projets concrets et un mémoire de fin d'études.

Évolutions du secteur et de la profession

Le secteur de la culture et du patrimoine est en profonde mutation, passant d'une logique de conservation et de diffusion à une approche de médiation, d'expérience utilisateur, et de gestion entrepreneuriale.

Parmi les principales mutations de ce secteur, on peut relever :

- **Numérisation et expérience immersive** :

La transformation numérique est un moteur essentiel de cette mutation. Les institutions culturelles (musées, monuments, festivals) investissent massivement dans les outils numériques pour la médiation (réalité virtuelle/augmentée, applications mobiles, visites 3D) et la communication (réseaux sociaux, plateformes de contenu).

Implications pour les managers de la communication : Les professionnels doivent désormais maîtriser la gestion de projet numérique, le marketing digital, l'analyse de données (publics), et la création de contenus multimédias pour engager de nouveaux publics.

- **Impératif de diversification des ressources :**

Face à la diminution des subventions publiques, les organismes culturels sont contraints de développer leurs ressources propres (mécénat, partenariats privés, billetterie, produits dérivés).

Implications pour les managers de la communication : cet enjeu requiert des compétences en levée de fonds, gestion budgétaire, négociation commerciale, et développement de stratégies économiques durables.

- **Accessibilité et Inclusion** :

L'accessibilité de la culture et du patrimoine à l'ensemble des publics, notamment les personnes en situation de handicap et les publics éloignés de l'offre culturelle, constitue un engagement fondamental des politiques culturelles contemporaines.

Implications pour les managers de la communication : Nécessité de former des managers capables d'intégrer les dimensions d'inclusion, d'éducation artistique et culturelle, et de responsabilité sociale (RSE) dans leurs projets.

Évolutions de la réglementation

Le manager de la communication doit avant tout maîtriser les obligations liées au droit d'auteur et à la propriété Intellectuelle. Toute utilisation d'œuvre, d'image ou de contenu

(que ce soit sur un site web, un réseau social, ou un support physique) nécessite la sécurisation des droits de diffusion et le respect rigoureux du droit à l'image des personnes et des biens. Les récentes transpositions de la directive européenne sur le droit d'auteur complexifient notamment la gestion des collections numérisées et l'usage des licences ouvertes.

Un second pilier essentiel est le Règlement Général sur la Protection des Données (RGPD). La communication est désormais souvent orientée vers des indicateurs mesurables, et le manager est responsable de la conformité du traitement des données de son audience. Il doit s'assurer que la collecte d'adresses (newsletters), l'utilisation des traceurs et cookies, et la gestion des bases de données de billetterie respectent scrupuleusement le consentement explicite de l'utilisateur, sous peine de sanctions financières importantes.

Enfin, la communication liée au financement privé est fortement encadrée. Le manager doit faire preuve d'expertise dans le respect de la réglementation fiscale du mécénat (distinction claire entre mécénat et parrainage commercial) et assurer une transparence totale dans les appels aux dons et la traçabilité des fonds pour se conformer aux exigences de lutte contre le blanchiment.

Secteur émergent scientifiquement

Mémoire, culture et patrimoine occupent une place centrale dans le paysage social contemporain, entre mondialisation et attachement aux ancrages locaux. Cette tension se traduit par la multiplication de lieux et institutions soutenus par des politiques publiques visant une transmission accessible à tous. C'est ainsi qu'est apparu le concept de « médiation », central en Sciences de l'information et de la communication depuis les origines de cette discipline académique, cherchant à analyser les interactions entre porteurs de projets, publics et décideurs, éclairant ainsi les débats qui accompagnent les initiatives culturelles et engagent l'identité des territoires pour la construction d'un capital symbolique partagé. Au carrefour de la sociologie, de la sémiotique, de l'histoire, de l'économie ou encore du numérique de nombreux travaux s'attachent à comprendre comment les sociétés construisent, transmettent et reconfigurent leurs héritages symboliques.

Les recherches dans ce domaine peuvent être regroupées autour des thématiques suivantes :

Les médiations culturelles et patrimoniales et leurs publics
En France, la législation relative aux musées adoptée au début des années 2000 (Loi n°2002-5 du 4 janvier 2002) a profondément modifié les missions des institutions muséales en imposant l'élaboration de projets intégrant explicitement la dimension des publics. Cette orientation a favorisé l'émergence de nouveaux métiers spécialisés dans

l'accompagnement des visiteurs et la conception de dispositifs innovants. Des recherches analysent ainsi les mutations professionnelles du secteur, les publics, les stratégies de valorisation, mais aussi les controverses qui émergent autour de certains équipements culturels.

Par exemple :

- Programme de recherche *Muséomix*. Étude des publics (Musée Saint-Raymond, Lérass, 2016).
- Anzelmo, A. (2024). Les visites de Sainte-Sophie d'Istanbul : fabriquer une mosquée modèle. *Communication & langages*, 222(4), 113-130. https://doi-org.proxy-bu1.ube.fr/10.3917/comla1.222.0113.
- Programme de recherche *Publics des festivals en Bretagne et Paca* (Drac Paca, Drac Bretagne, CNE, 2016-2018).
- Després-Lonnet, M. (2012). Médiations des lieux de médiations. *Communication & langages*, 173(3), 43-48.

Médiations mémorielles

La dimension mémorielle occupe une place particulière dans ces travaux. Les recherches portent sur la qualification progressive de certains lieux comme sites de mémoire, les trajectoires de témoins de conflits dont le parcours s'apparente à une véritable carrière, ou encore la conservation d'objets investis d'une charge mémorielle. Les attentats terroristes ont suscité des programmes visant à documenter en temps réel l'élaboration d'une mémoire collective, notamment à travers la collecte de témoignages ou la préservation de mémoriaux éphémères.

Par exemple :

- Programme de recherche *13-Novembre* (PIA, CNRS, Inserm, Crem et al., 2016-2028).
- Patrimoine funéraire et religieux de la Grande Guerre. (2025). *Guerres mondiales et conflits contemporains,* (297), https://shs-cairn-info.proxy-bu1.ube.fr/revue-guerres-mondiales-et-conflits-contemporains-2025-1?lang=fr.
- Programme de recherche *Mémo-Mines*. Mémoire de la mine des Hauts-de-France (ANR, DeVisu, Université polytechnique Hauts-de-France, Gériico, Université de Lille, Pridam, Inalco, Ina, mission Bassin minier et Centre historique minier de Lewarde, 2016-2019).

Médiation, innovation et inclusion

L'innovation en médiation culturelle et patrimoniale constitue un axe majeur de ces recherches. Les institutions multiplient les dispositifs pour toucher des publics diversifiés : projets transmédias à caractère ludique et pédagogique, applications mobiles géolocalisées, environnements immersifs, réalité augmentée. Cette créativité vise notamment les jeunes générations, davantage familières des codes du jeu vidéo que des approches muséales traditionnelles. Parallèlement, l'accessibilité universelle s'impose comme un principe directeur : les travaux explorent comment concevoir des médiations adaptées aux personnes sourdes, malentendantes, autistes ou en situation de déficience intellectuelle. Ces recherches montrent que les solutions développées pour ces publics

spécifiques bénéficient souvent à l'ensemble des visiteurs, confirmant la pertinence d'une approche inclusive de la conception culturelle.

Par exemple :

- Molinier, M. (2021). La voie de l'inclusion par la médiation au musée des beaux-arts : des publics fragilisés au public universel. Culture & Musées. Muséologie et recherches sur la culture, (37), 214-217.
- Programme de recherche *Info Imajin Lorraine. Immersions médiations* : *dispositifs artistiques et jeux interactifs patrimoniaux en Lorraine* (Région Lorraine, Crem, Synagogue de Delme-Centre d'art contemporain, Faux Mouvement, TCRM-Blida, Ville de Metz, Castel-Coucou, 2015-2017).
- Programme de recherche *Omci. Observation des médiations culturelles innovantes* (Université Toulouse 3-Paul Sabatier, Lérass, 2013-2014).
- Programme de recherche *Amva. Agora Muse Vox-Arles. Le parcours sonore comme dispositif de médiation/Expérience d'interprétation du patrimoine en Camargue* (SFR Agorantic, Espace, Lia, CNE, 2016).
- Programme de recherche *Design for all. Design for all et contenus culturels* : *évaluation de dispositifs de médiation visuelle pour tous au musée* (« Chercheurs citoyens », Région Nord-Pas-de-Calais, DeVisu, Signes de Sens, Gériico, Ureca, Palais des Beaux-Arts de Lille, 2013-2015).

Médiation et numérique

Parmi les moyens innovants, le numérique a particulièrement bouleversé le domaine culturel et patrimonial. La numérisation des collections, le développement de bibliothèques en ligne ou l'émergence de dispositifs permettant l'accès aux expositions à distance modifient les modalités d'accès au patrimoine. Les réseaux sociaux posent des questions inédites sur la relation entre mémoire et oubli, entre traces individuelles et construction collective du souvenir.

Par exemple :

- Appiotti, S., & Renaud, L. (dir.). (2024). Les « substituts numériques » : questionner la médiatisation des expositions de musée à l'écran (Suppl. 24/2A). Les Enjeux de l'information et de la communication.
- Clavier, V., & Paganelli, C. (2015). Patrimoine et collections numériques : politiques, pratiques professionnelles, usages et dispositifs. Les Enjeux de l'information et de la communication, 16(2), 5–13.
- Malinas, D. (dir.). (2014). Démocratisation culturelle et numérique. Culture & Musées, 24.

Patrimoines actuels, patrimoines communs

Au-delà des institutions traditionnelles, des recherches s'intéressent à l'extension de ce qui relève du patrimoine : architectures vernaculaires, pratiques alimentaires, paysages urbains, mais aussi patrimoine immatériel. Les territoires confrontés à des mutations économiques mobilisent leur passé industriel pour redéfinir leur identité, tandis que les questions migratoires interrogent les représentations de l'identité nationale. L'enjeu n'est

pas seulement scientifique : il s'agit aussi de former les professionnels capables de concevoir les médiations de demain, dans un contexte où la transmission d'un capital symbolique commun apparaît déterminante pour le vivre-ensemble.

Par exemple :

- Severo, M., & Cachat, S. (dirs). (2017). Patrimoine culturel immatériel et numérique. Paris : Éditions L'Harmattan.
- Bortolotto, C., Arnaud, A., & Grenet, S. (Eds.). (2011). Le patrimoine culturel immatériel : enjeux d'une nouvelle catégorie (Vol. 26). Paris : Éditions de la Maison des sciences de l'homme.
- Cachat, S., & Hottin, C. (2017). Patrimoine culturel immatériel et institutions patrimoniales. Éditorial. In Situ. Revue des patrimoines, (33).
- Bienassis, L. (2011). Quelle carte pour quel territoire ? Impossibles et nécessaires : les inventaires du patrimoine alimentaire. Food and History, 9(2), 127–152.

2. Objectifs en termes de recrutement

Publics visés

Le master s'adressera prioritairement à des étudiants titulaires d'une licence (Bac +3) issus de disciplines variées — notamment des humanités (histoire de l'art, philosophie, histoire, littérature…), des sciences sociales (sociologie, sciences politiques, géographie, etc.), ou des parcours transdisciplinaires mêlant arts, culture et sciences humaines.
Il s'agit de permettre à des personnes ayant déjà acquis une solide formation de base dans l'analyse culturelle, l'histoire, les sciences sociales ou la communication, et souhaitant s'orienter vers les métiers de la communication, du marketing et du *fundraising* au sein d'établissements culturels.
Ce public correspond en particulier aux diplômés de la Licences Humanités et Science politique préparée à l'Ircom sur ses campus de Angers, Lyon et Bordeaux.

Dans un souci d'inclusion, tous les locaux de l'Ircom sont accessibles aux PMR et les équipes pédagogiques savent adapter leurs formations à tout type de handicap.

Pour la formation continue, catégories de salariés susceptibles d'être intéressés

La formation s'adresse également à un public de professionnels souhaitant développer, actualiser ou renforcer leurs compétences en matière de pilotage d'établissements culturels et de stratégies de communication. Plusieurs catégories de salariés peuvent être concernées : les professionnels du secteur culturel, les salariés du champ de la

communication appliquée à la culture, les cadres et agents des collectivités territoriales, les professionnels en reconversion, les acteurs associatifs et responsables bénévoles.
L'ensemble de ces publics pourra trouver dans le master un cadre d'acquisition de compétences managériales, stratégiques et communicationnelles adaptées aux mutations du secteur culturel, notamment en matière de transformation numérique, de développement de publics, de médiation innovante et de pilotage de projets complexes.

3. Objectifs en termes de flux pour la prochaine période

Pour les cinq prochaines années, la prévision d'effectif est la suivante.

	26-27	27-28	28-29	29-30	30-31
M1	20	23	25	25	25
M2		20	23	25	25
Total	**20**	**43**	**48**	**50**	**50**

Master Direction de projets ou établissements culturels - Parcours Management et Communication culturelle	CM	TD	Travail en autonomie encadrée	TOTAL heures	ECTS
Semestre 1					
UE 1 : Humanités Culture Patrimoine	85	66	58	209	12
Théatre		7			
Introduction secteur patrimoine et tourisme (enjeux écologiques, accessibilité, innov cu	10				
Littérature angaise (en anglais)	27				
Littérature	12	6			
Architecture	12	6			
Histoire des idées	12	6			
Histoire de l'art	12	6			
Grand classiques de la littérature			46		
Learning expedition		35	12		
UE 2 : Pilotage projets de communication dans le secteur culturel et patrimonial	72	30	36	138	10
Graphisme	18	6			
Techniques journalistiques	12	6			
Communication orale	12	6			
Création de contenus vidéos	12	6			
Social media	6				
Marketing digital	6				
Créer avec l'IA	6	6			
Réalisation dossier journalistique			30		
Préparation Oral Dossier journalistique			6		
UE 3 : Projet professionnel et de recherche	32	41	8	81	8
Lancement de la formation	4				
Rentrée solennelle	7				
Anglais professionnel		27			
Pratique professionnelle	12				
Aide à la recherche de stage et/ou projet Odyssée	8	8	8		
Rendez-vous parcours S2		6			
Fondamentaux du management	12				
TOTAL	189	137	102	428	30

Master Direction de projets ou établissements culturels - Parcours Management et Communication culturelle	CM	TD	Stage ou immersion	TOTAL	ECTS
Semestre 2					
UE 3 : Projet professionnel et de recherche	0	2	600	602	30
Rendez-vous parcours		2			
Stage et/ou Odyssée et/ou semestre dans une université étrangère partenaire			4 à 6 mois		
Note d'entreprise					
Rapport de stage					
ou					
Jury projet Odyssée					
Rapport projet Odysée					

Master Direction de projets ou établissements culturels - Parcours Management et Communication culturelle	CM	TD	Travail en autonomie encadrée	TOTAL	ECTS
Semestre 3					
UE 1 : Humanités Culture Patrimoine	18	0	0	18	5
Philosophie	18				
UE 2 : Management de projets de communication dans le secteur culturel et patrimonial	33	27	34	94	10
Design Thinking	9	3			
Marketing patrimonial et touristique	12	12			
Stratégie de communication patrimoniale et touristique	12	12			
Strat de communication pour un grand site patrimonial			34		
UE 3 : Management de sites culturels et patrimoniaux	44	6	0	50	5
Management	30	6			
Masterclass dirigeants établissements culturels	14				
UE 4 : Projet professionnel et de recherche	24	18	15	57	10
Lancement de la formation	7				
Méthodologie de recherche et culture scientifique		15			
Mémoire			15		
Culture générale professionnelle		5			
Anglais	5	10			
Séminaire connaissance de soi	12	8			
Pratique professionnelle	7				
Note alternance					
TOTAL	119	51	49	219	30

Master Direction de projets ou établissements culturels - Parcours Management et Communication culturelle	CM	TD	Travail en autonomie encadrée	TOTAL	ECTS
Semestre 4					
UE 1 : Humanités Culture Patrimoine	30	0	0	30	5
Ethique	12				
Sociologie	18				
UE 2 : Management de projets de communication dans le secteur culturel et patrimonial	6	41	0	47	5
Communication de crise	6				
Simulation de crise		12			
UE 3 : Management de sites culturels et patrimoniaux	76	29	0	105	10
Gestion des ressources humaines	12				
Stratégie d'entreprise	12				
Gestion de projets	14	13			
Business model	14	13			
Jury créa de projet	3	3			
Masterclass dirigeants établissements culturels	21				
UE 4 : Projet professionnel et de recherche	34	12	18	64	10
Méthodologie de recherche	17				
Mémoire			18		
Aide recherche d'emploi	6				
Culture générale professionnelle	5				
Anglais	6	12			
Note alternance					
TOTAL	146	82	18	246	30