

La consommation est un domaine en mutation constante. Les théories, les démarches, les outils et les techniques pour l'appréhender évoluent ainsi en permanence. Le parcours **Marque** (précédemment intitulé Marketing, publicité et communication) forme des futurs professionnels à anticiper, comprendre et accompagner ces évolutions.

Il s'appuie sur une approche communicationnelle du marketing appréhendé comme une pratique créative, curieuse du social et du culturel, particulièrement attentive à la dimension symbolique qu'il recèle et a pour vocation de former des stratèges du marketing et de la communication commerciale particulièrement aptes à cerner le comportement des consommateurs dans un environnement complexe, notamment bouleversé par l'essor médiatique.

Quelle que soit leur option au sein du parcours Marque, les étudiants et apprentis acquièrent ainsi toutes les clés de compréhension des enjeux majeurs de la consommation et des mutations que les professionnels rencontrent aujourd'hui et rencontreront demain.

## MASTER 1

La première année de Master s'inscrit dans la continuité d'une année de Licence 3 généraliste en Sciences de l'information et de la communication (SIC). Elle est dédiée à l'initiation aux métiers de la communication, du marketing et de la publicité. Cette première année de Master donne toutes les clés pour comprendre les contextes économique, social et culturel de la communication. À son terme, les étudiants maîtrisent les principaux outils d'analyses quantitative et qualitative des marchés et des stratégies de communication. Ils savent par ailleurs cerner, décrire et analyser les comportements des consommateurs. Enfin, grâce à l'apport des sciences humaines et sociales, les étudiants disposent d'outils et de méthodologies propres à stimuler l'innovation.

### ENTRÉE

Être titulaire de la Licence Information et communication du CELSA. Pas de concours d'entrée en Master 1

### ORGANISATION DES ÉTUDES

Cours de septembre à fin janvier  
360 h, 60 crédits ECTS, 4 unités d'enseignement  
Stage, séjour d'étude à l'étranger de 3 à 6 mois ou semestre d'études à l'Institut Michel-Serres ou à l'ENSCI

#### → EXEMPLES DE STAGES

##### Entreprises :

TBWA – Publicis conseil – Yoplait – Carita international – Siemens – McCann Erickson

##### Fonctions / missions :

Assistant planning stratégique – Assistant chef de projet – Assistant new business – Assistant chef de produit

**DU** (diplôme universitaire) « Sociétés, cultures et pratiques professionnelles » : possibilité d'une année à l'étranger (entreprise ou université) avant ou après le Master 2.

**Année de césure** : possibilité de réaliser un projet ou vivre une nouvelle expérience en France ou à l'étranger, avant le Master 2.

## MASTER 2

L'année de Master 2 a pour objectif de développer les compétences stratégiques des étudiants et apprentis et de favoriser ainsi leur adaptabilité au monde professionnel et leur performance sur le long terme. Il existe trois options pour cette année de Master 2 au sein du parcours Marque. La charge de cours se répartit de la manière suivante: 300 h de cours en tronc commun (rassemblant les trois options) et 100 h de cours de spécialité distinctes pour chaque option.

### ENTRÉE

Être titulaire du Master 1 CELSA  
ou concours d'entrée Bac + 4  
Écrit : analyse de dossier  
Oral : entretien avec un jury

### ORGANISATION DES ÉTUDES

Cours de septembre à fin janvier  
400 h, 60 crédits ECTS, 4 unités d'enseignement  
Stage de 3 à 6 mois

### OPTION

#### MARQUE ET PUBLICITÉ

**Objectif** : au terme de cette formation, les futurs cadres des agences de conseil en communication publicité marketing, des instituts d'études, des régies publicitaires et des départements communication et marketing des entreprises disposent de toutes les connaissances théoriques, méthodologiques et techniques pour :

- comprendre le contexte économique et social du marketing et de la publicité,
- en anticiper les évolutions et en repérer les tendances aux niveaux national et international,
- concevoir des stratégies de communication globales et innovantes sur les différents médias,
- assurer la gestion de toutes les formes de communication (produits, entreprise, marque)

#### → EXEMPLES DE STAGES

##### Entreprises :

BETC – BNP Paribas – Havas Media – Organik Beauty – Publicis conseil – Scholz & friends

## MASTER 2 (suite)

### Fonctions / missions :

Assistant chef de projet com corporate – Chargé d'études qualitatives – Chef de projet online et off line

#### → EXEMPLES DE MÉMOIRES

De la marque marchande à la marque culturelle

Le football ou la fabrique de héros stéréotypés, véritable mythes en puissance

#### → EXEMPLES DE DÉBOUCHÉS ET MÉTIERS

En agences, dans les sociétés d'études et de conseil, dans les régies publicitaires, chez l'annonceur en communication : chef de publicité, planneur stratégique, chargé d'études qualitatives, conseil en stratégies média

### OPTION MARQUE ET BRANDING

**Objectif :** au terme de cette formation, les futurs cadres des agences de conseil en communication, stratégies de marque et branding, et des départements marque des entreprises disposent de toutes les connaissances théoriques, méthodologiques et techniques pour :

- penser ensemble la nature économique et la nature symbolique de la marque,
- comprendre les pratiques du marketing et les usages des consommateurs,
- anticiper les évolutions des pratiques de branding,
- concevoir et réaliser des analyses stratégiques pertinentes et innovantes,
- assurer la gestion des marques dans une perspective qualitative et communicationnelle aux niveaux national et international.

#### → EXEMPLES DE STAGES

### Entreprises :

Danone groupe – Dragon Rouge IA – EDF – Groupe Canal+ – Hermès – Coty – Landor associates – McCann Erickson

### Fonctions/missions :

Assistant marketing digital – Assistant chef de publicité – Chargé de projet junior – Chargé d'études qualitatives – Brand consultant junior – Chargé d'audit de marque

#### → EXEMPLES DE MÉMOIRES

In nomine Patriae. La marque France, un outil au service du redressement économique et social

Le street art à la conquête de l'espace urbain

La consommation durable dans la mode

#### → EXEMPLES DE DÉBOUCHÉS ET MÉTIERS

Dans les départements marketing et communication d'entreprise, en cabinet conseil et en agence : chef de produit, chef de marque, consultants en stratégies de marque, directeur de clientèle, responsable de communication et marketing

### OPTION EN APPRENTISSAGE MARQUE, INNOVATION ET CRÉATION

**Objectif :** au terme de cette formation, les futurs cadres des agences de conseil et instituts d'études spécialisés en commu-

nication et brand content et des départements communication des entreprises disposent de toutes les connaissances théoriques, méthodologiques et techniques pour :

- comprendre le contexte économique et social du marketing et de la publicité,
- anticiper les tendances et identifier les terrains de l'innovation à venir aux niveaux national et international,
- concevoir des stratégies de communication innovantes et créatives,
- se former aux méthodologies du management du marketing de l'innovation.

#### → EXEMPLES DE MISSIONS D'APPRENTISSAGE

### Entreprises :

Chanel – L'Oréal – BETC – Buzzman – Audrey Lorna – Babel strategies community

### Fonctions/missions :

Assistant marketing et communication – Assistant chef de publicité – Chef de projet branding – Planneur stratégique junior

#### → EXEMPLES DE MÉMOIRES

Les parcs de loisirs, nouvel eldorado des marques

La théâtralisation d'une marque de luxe en parfumerie sélective

#### → EXEMPLES DE DÉBOUCHÉS ET MÉTIERS

Chez un annonceur, en marketing et communication, dans une agence de publicité ou de conseil ou dans des entreprises médiatiques : chef de marque, consultant en stratégies de marque, consultant en innovation, chef de projet design, responsable *brand content*, responsable marketing et développement.

### RESPONSABLES DE FORMATION

#### Enseignants-chercheurs :

Caroline MARTI, professeure des universités

Hécate VERGOPOULOS, maître de conférences

Ambre ABID DALENÇON, attachée temporaire d'enseignement et de recherche

#### Enseignants associés :

Florent SALLARD de ROCHEBONNE, professeur associé, directeur général, W40

Déborah MARINO, maître de conférences associé, directeur planning stratégique, Publicis 133

#### Coordinatrices administratives et pédagogiques :

Audrey DELOBEL

### VIE ÉTUDIANTE ET ASSOCIATIVE

**Bureau des élèves :** activités culturelles, humanitaires et sportives (L'Entracte, troupe de théâtre ; FastNCurious, newsletter sur les problématiques de la communication ; CELSA Huma, association caritative ; CELSA Voile...)

**Junior entreprise :** nombreuses missions dans tous les domaines de l'information et de la communication

LES PROGRAMMES DÉTAILLÉS SONT DISPONIBLES  
SUR LE SITE INTERNET [WWW.CELSA.FR](http://WWW.CELSA.FR)

