Master Marque et communication

À PROPOS DE CE PROGRAMME

Habilitation Nationale
Le master Information et communication est inscrit au Répertoire national des certifications professionnelles (RNCP) sous le numéro 38208.

Domaine : Marque

Parcours : Formation initiale

Durée de la formation
24 mois

Rythme de la formation
La 1re année comprend une période de cours au CELSA suivie d'un stage de 3 mois minimum en France ou à l'étranger, ou d'un séjour d'études à l'étranger. La 2e année comprend une période de cours à temps plein au CELSA de mi-septembre à février, suivie d'un stage de 6 mois en France ou à l'étranger.

Tarif
Master 1 : 255 € (frais de scolarité) + 105 € (CVEC) — sauf cas particuliers (statut de boursier, nationalité).
Master 2 en formation initiale : 255 € (frais de scolarité) + 105 € (CVEC) — sauf cas particuliers (statut de boursier, nationalité).

Information et contact
Orientation étudiante et concours formation initiale
Catherine Jolis
catherine.jolis@sorbonne-universite.fr

Responsable(s) de Formation



JULIEN BENESTY-GAILLARD
Maître de conférence



CAROLINE MARTI
Professeure des universités

Coordination pédagogique



MAGDALENA KAWECKA
Coordinatrice pédagogique



MÉGANE TRIDON
Coordinatrice pédagogique

PRÉSENTATION

OBJECTIFS DE LA FORMATION

Le master Marque et communication propose un programme qui articule les fondamentaux de la communication des marques (maîtrise des objectifs et enjeux économiques et symboliques) à la prise en compte des dynamiques sociétales qui viennent transformer en profondeur les façons de communiquer en société : évolutions du numérique et de l'IA, prise en compte de la transition environnementale, intégration des logiques d'inclusion, évolutions des représentations médiatiques et publicitaires...
Ce programme est composé d'enseignements théoriques et professionnels, assurés par des chercheurs en sciences de l'information et de la communication, et par des intervenants en activité dans des agences ou entreprises choisis pour leur compétence pédagogique et leur expertise dans les domaines de spécialité du parcours. La pédagogie est mise en œuvre selon différentes modalités : cours magistraux, travaux dirigés, études de cas, audits de communication et les échanges toujours privilégiés grâce à des promotions limitées

Informations non contractuelles - PDF généré le 8/11/2026

(25 personnes environ).
La formation à la recherche par la recherche donne aux étudiantes et étudiants de ce parcours une profondeur d'approche qui fait la réputation du CELSA avec la réalisation d'un travail de réflexion et d'analyse en groupe en 1re année et d'un mémoire individuel en 2e année de master. Le master a en effet pour objectif de former des spécialistes de la communication de haut niveau en développant des compétences professionnelles qui leur permettront, au-delà de la seule maîtrise des outils, de concevoir les stratégies de communication de marques solides et innovantes. À l'issue de la formation, toutes et tous sont ainsi capables de développer des stratégies pour affirmer et préserver l'image et la réputation de leurs marques auprès de leurs publics, dans un contexte de concurrence forte pour distinguer des produits et services et conquérir et fidéliser des cibles exigeantes et très sollicitées.
Dans cette perspective, les enseignements académiques comme professionnels explorent les stratégies de communication les plus éprouvées et les plus innovantes en termes de *branding*, de publicité, d'innovations médiatiques et numériques.

PUBLIC

Le master Marque et communication s'adresse :

- aux titulaires d'un diplôme de niveau bac + 3 (180 ECTS ou équivalent) venant notamment des disciplines en sciences humaines et sociales (information communication, histoire, sciences politiques, droit, sociologie, lettres, économie, histoire de l'art...)
- aux étudiantes et étudiants ayant validé la 3e année de la licence Information et communication parcours Marque du CELSA
- en 2e année, aux étudiantes et étudiants de l'ENSCI avec qui le master a un partenariat.

COMPÉTENCES VISÉES

- Appréhender les contextes socio-professionnels, culturels, nationaux et internationaux des acteurs économiques, des organisations et de leurs marques, en information-communication.
- Mobiliser les fondements théoriques en information-communication nécessaires au développement d'une réflexion stratégique de communication globale.
- Identifier, sélectionner et analyser avec esprit critique diverses ressources spécialisées pour documenter un sujet et synthétiser ces données en vue de leur exploitation.
- Conduire une analyse réflexive et distanciée prenant en compte les enjeux, les problématiques et la complexité d'une demande, d'un objectif communicationnel afin de proposer des solutions adaptées et/ou innovantes en respect des évolutions de la règlementation.
- Développer une conscience critique des savoirs dans le domaine de la consommation et des pratiques du marketing et de la communication.
- Concevoir ou piloter une recommandation stratégique et, ou opérationnelle dans le champ de l'information-communication.
- Piloter et déployer un plan d'actions de communication en utilisant les outils et moyens adaptés.
- Conduire un projet (conception, pilotage, coordination d'équipe, mise en œuvre et gestion, évaluation, diffusion) pouvant mobiliser des compétences pluridisciplinaires dans un cadre collaboratif.
- Gérer des contextes professionnels ou d'études complexes et qui nécessitent des approches stratégiques nouvelles.
- Respecter les principes d'éthique, de déontologie et de responsabilité sociale et environnementale.

ORGANISATION ET CALENDRIER DE LA FORMATION

Les cours des 1er et 2e semestres (350h) sont mutualisés en partie avec ceux du master Marque et stratégie de communication. Ils ont lieu trois jours par semaine sur le site du CELSA à Neuilly-sur-Seine.
Le 2e semestre comprend un stage en France ou à l'étranger de 3 mois minimum (à partir du mois de mars), ou un semestre d'études à l'ENSCI - Les Ateliers, ou un séjour d'études à l'étranger (pour les étudiantes et étudiants qui ont fait leur 3e année de licence au CELSA).
Le 3e semestre se déroule au CELSA (350h de cours), suivi du 4e semestre qui comprend un stage en France ou à l'étranger de 6 mois maximum (à partir du mois de février) ou un séjour d'études à l'étranger.
En option

- Intégrer le master 2 Communication en transformation pour s'orienter vers une formation à la recherche fondamentale ou appliquée en sciences de l'information et de la communication après la 1re année de master.
- Réaliser une année de césure entre le 2e et 3e semestre.
- Compléter sa formation à l'étranger en suivant le DU Enjeux internationaux de la communication et du journalisme à l'issue du master.

DÉBOUCHÉS ET CARRIÈRES

Au terme de la formation, les diplômées et diplômés exerceront majoritairement :

- dans une agence ou un cabinet conseil en France ou à l'étranger ;
- au sein du service communication ou du service marketing d'une entreprise en France ou à l'international ou au sein du service communication d'une association soucieuse de promouvoir sa marque ;
- d'autres voies singulières sont parfois choisies en sortie de formation et notamment la prise de responsabilités en institut d'études ou encore l'investissement personnel dans l'entrepreneuriat.

Les métiers les plus fréquents à l'issue de la formation sont ceux de chargé de communication, chef de projet, planneur stratégique, consultants, directrices-directeurs de la communication, *social media* manager etc.
Suivi des carrières

EXEMPLES D'ORGANISATIONS OÙ SE SONT DÉROULÉS DES STAGES

Bayard, BETC Fullsix, BETC Paris, Carré Noir, Guerlain SAS, Hôtel Plaza Athénée, Ipsos France, Kantar TNS-MB, Landor & Fitch, Le Bon Marché Rive Gauche, Maison Mim Press, Marcel, On est prêt, One Yard, OpinionWay, ORES, Publicis Conseil, Publicis et nous Services marketing diversifiés, Roche-Bobois (New York, USA), Théâtre14, W&Cie.
Exemples de missions en stage

Informations non contractuelles - PDF généré le 8/11/2026

DIPLÔME

Cette formation mène à la délivrance du diplôme national de Master Information et communication.
Nombre d'ECTS : 120 (60 par année).

PROGRAMME

Le master se déroule sur 4 semestres.

PREMIÈRE ANNÉE, SEMESTRE 1

Enseignements disciplinaires en SIC et SHS

- SIC et médiations marchandes
- Approches SHS des mondes marchands
- Enjeux socio-environnementaux et communication

Enseignements de spécialité

- Analyse et créations publicitaires
- Communication et marketing à l'international
- Expérience consommateur

Enseignements méthodologiques

- Travail d'enquête et de recherche
- Méthodologie

Enseignements d'ouverture

- Communication Studies
- Enjeux communicationnels sectoriels
- Enjeux communicationnels sectoriels

PREMIÈRE ANNÉE, SEMESTRE 2

Enseignements disciplinaires en SIC et SHS

- SHS et consommation

Enseignements de spécialité

- Stratégie, marketing et communication
- Projet collaboratif
- Management et gestion de projet

Enseignements méthodologiques

- Rapport de stage
- Études qualitatives et quantitatives
- Rhétorique et prise de parole en public

Enseignements d'ouverture

- Communication Studies
- Communication visuelle et graphique

Activités pédagogiques facultatives (S1 à S2)

- Formation à la recherche documentaire
- Insertion professionnelle : dispositif CELSA
- Enseignements facultatifs (Langue étrangère (SIAL), Sport, projet civique, associatif ou entrepreneurial...)

DEUXIÈME ANNÉE, SEMESTRE 3

Enseignements disciplinaires en SIC et SHS

- SIC et médiations marchandes

Informations non contractuelles - PDF généré le 8/11/2026

- Analyser et comprendre les consommations et les consommateurs
- Organisations, marques et transformations environnementales et sociétales

Enseignements de spécialité

- Management et communication stratégique
- Du planning stratégique à l'orientation créative
- Identité de marque, *branding*, design de marque

Enseignements complémentaires

- Stratégies médiatiques et influence
- Études et méthodes
- Stratégies marketing, innovation et performance
- Méthodologie du mémoire

Enseignements d'ouverture

- Communication Studies
- Cultures et culture de marque

DEUXIÈME ANNÉE, SEMESTRE 4

Enseignements disciplinaires en SIC et SHS

- SHS et approches critiques de la consommation des médias et du numérique
- Diagnostic de marque et de marché

Enseignements de spécialité

- Management de projet et stratégie
- *brand management*

Enseignements méthodologiques

- Mémoire
- Rapport de stage

Enseignements d'ouverture

- Communication Studies
- Insertion professionnelle : dispositif CELSA

Activités pédagogiques facultatives (S3 à S4)

- Enseignements facultatifs (Langue étrangère (SIAL), Sport, projet civique, associatif ou entrepreneurial...)
- Insertion professionnelle : dispositif CELSA

ADMISSION

Pour candidater dans un master en deux ans au CELSA, vous devez avoir obtenu ou obtiendrez à la fin de l'année universitaire en cours un diplôme de licence ou 180 crédits ECTS (équivalent Bac+3), dans un établissement situé en France ou à l'étranger.
Pour postuler au master, vous pouvez présenter votre candidature par :

- la plateforme MonMaster
- la Banque d'épreuves littéraires (pour les étudiantes et étudiants de classes préparatoires ayant sélectionné le CELSA)
- le réseau Campus France (pour les étudiantes et étudiants étrangers)

Déroulé du concours

L'accès au master est sélectif. Le concours du CELSA est structuré en deux phases.
1- L'admissibilité
Les dossiers de candidature sont évalués par une commission d'admissibilité. A l'issue de cette phase, les personnes déclarées admissibles sont convoquées à un entretien d'admission.

- Pour les candidatures MonMaster, le dossier est évalué selon le niveau académique, les projets académique et professionnel, l'expérience professionnelle, l'expérience internationale, le statut éventuel d'étudiante ou étudiant à Sorbonne Université, et la proximité avec les sciences humaines et sociales et plus particulièrement avec les sciences de l'information et de la communication.
- Pour les candidatures BEL, après communication des résultats d'admissibilité par les Écoles Normales Supérieure ou l'École nationale des chartes, les étudiantes et étudiants ayant obtenu des notes supérieures à un total défini par le CELSA, sont déclarés admissibles.

Informations non contractuelles - PDF généré le 8/11/2026

- Pour les candidatures Campus France, sont évalués le niveau académique, les projets universitaire et professionnel, l'expérience professionnelle, l'expérience internationale, et la proximité avec les sciences humaines et sociales et plus particulièrement avec les sciences de l'information et de la communication. Un niveau de langue C1 est par ailleurs requis.

2- L'admission
Les candidates et candidats ayant été déclarés admissibles sont invités à se présenter à un entretien oral à distance avec un jury qui évalue la capacité d'analyse et de structuration de la réflexion, la qualité rhétorique, l'originalité et la pertinence des idées, les exemples et références mobilisées, la motivation et la connaissance de l'École, ainsi que le projet professionnel.
À l'issue du concours, les personnes admises se voient proposer une place dans le master qu'elles doivent accepter officiellement, faute de quoi leur place est remise en jeu.

Calendrier du concours et pièces administratives

Les dates d'ouverture, de fermeture et de communication des résultats sont données par chacune des plateformes, MonMaster, Banque d'épreuves littéraires et Campus France.
La liste des pièces administratives y est également indiquée.
Vous pouvez consulter dès maintenant le calendrier prévisionnel des dates de concours.

Préparation du concours

Consulter la page Rejoindre nos formations pour des conseils et une bibliographie.