Master Marque et stratégies de 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 en alternance

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 type Erasmus. La 2e année se fait en alternance au CELSA et au sein d'une organisation.

Tarif
Master 1 : 250 € (frais de scolarité) + 103 € (CVEC) — sauf cas particuliers (statut de boursier, nationalité).
Master 2 en alternance : 103 € (CVEC). Les frais de formation (9 000 €) sont pris en charge par l'entreprise signataire du contrat.

Information et contact
Orientation étudiante et concours
Catherine Jolis
catherine.jolis@sorbonne-universite.fr
Contrat d'apprentissage
Karine Chevalier
karine.chevalier@sorbonne-universite.fr

Responsable(s) de Formation

CAROLINE MARTI
Professeure des universités

HÉCATE VERGOPOULOS
Maîtresse de conférences

Coordination pédagogique

MAGDALENA KAWECKA
Coordinatrice pédagogique

MÉGANE TRIDON
Coordinatrice pédagogique

PRÉSENTATION

OBJECTIFS DE LA FORMATION

Le master Marque et stratégies de 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 sociales 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, adaptation aux logiques d'inclusion, évolutions des représentations médiatiques et publicitaires, mutation du rôle des marques dans le débat public...
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 d'excellence en activité dans des agences ou des entreprises choisis tout autant pour leur compétence pédagogique que pour 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, challenge, mais encore des échanges toujours privilégiés grâce à des promotions limitées (entre 25 et 30 personnes environ).

Informations non contractuelles - PDF généré le 7/12/2025

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 dont la deuxième année s'effectue en alternance, 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*, stratégies publicitaires, en intégrant stratégies médiatiques et numériques.

PUBLIC

Le master Marque et stratégies de 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...) et âgés de moins de 29 ans
- aux étudiantes et étudiants ayant validé la 3e année de la licence Information et communication parcours Marque du CELSA

COMPÉTENCES VISÉES

- Élargir les connaissances sur la communication par une approche théorique qui valorise l'esprit critique.
- Mobiliser les méthodes, concepts et approches en sciences humaines et sociales et sciences de l'information et de la communication.
- Mettre en perspective, analyser et déconstruire les problématiques de communication marchandes dans l'espace public et le champ médiatique grâce aux théories des sciences de l'information et de la communication et des SHS.
- Concevoir des stratégies de communication dans différents domaines et structures et à différentes échelles et temporalités, grâce à une maîtrise des méthodes et des outils nécessaires à leur mise en place.
- Anticiper et accompagner les transformations de la communication marchande des marques dans un environnement complexe.
- Maîtriser les évolutions des pratiques et les innovations liées aux transformations numériques et à l'IA, et élaborer des stratégies de communication digitale.
- Comprendre les enjeux de la communication responsable dans le contexte des transformations sociales et environnementales.

ORGANISATION ET CALENDRIER DE LA FORMATION

Les cours des 1er et 2e semestres (350h) sont mutualisés en partie avec ceux du master Marque et 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).
Les cours des 3e et 4e semestres (350h) se déroulent en alternance, à partir du début du mois de septembre. Les cours ont lieu un jour par semaine au CELSA. Quelques cours intensifs, regroupés sur des semaines complètes réparties pendant l'année universitaire, sont également obligatoires.
>> Télécharger le calendrier détaillé de la 2e année de formation
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 diplômés exerceront :

- dans une agence ou un cabinet conseil en France ou à l'étranger ;
- au sein du service communication d'une entreprise en France ou à l'international ou d'une association ;
- plus rarement dans un institut d'études.

Leurs métiers sont ceux de chargé de communication, chefs de projet, planneurs stratégiques, consultants, directrices ou directeurs de la communication, social media manager, etc.

EXEMPLES D'ORGANISATIONS OÙ SE SONT DÉROULÉES DES ALTERNANCES

Balenciaga, BETC, Buzzman, CB'A, Clarins, Dim, DDB, KR Média, Léo Burnett, Lonsdale, Ogilvy, Petit Bateau, Publicis Conseil, Publicis Live, Ubisoft, Universal Music, Veuve Clicquot.
Exemples de missions en alternance

DIPLÔME

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

Informations non contractuelles - PDF généré le 7/12/2025

PROGRAMME

Le master se déroule sur 4 semestres.

PREMIÈRE ANNÉE, SEMESTRE 1

Enseignements disciplinaires en SIC et SHS

- SIC et mondes marchands
- Transition environnementale et communication

Enseignements de spécialité

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

Enseignements méthodologiques

- Travail d'études et de recherche
- Cours de méthodologie générale

Enseignements d'ouverture

- Communication Studies
- Enseignement au choix (LV2, Sport, projet civique ou associatif...)

PREMIÈRE ANNÉE, SEMESTRE 2

Enseignements disciplinaires en SIC et SHS

- SHS et consommation

Enseignements de spécialité

- Stratégie, marketing et communication
- Challenge avec l'Institut Français de la Mode

Enseignements méthodologiques

- Rapport de stage
- Études (qualitatives et quantitatives)

Enseignements d'ouverture

- Communication Studies
- Communication graphique
- Enseignement au choix (LV2, Sport, projet civique ou associatif...)

DEUXIÈME ANNÉE, SEMESTRE 3

Enseignements disciplinaires en SIC et SHS

- SIC, SHS et mondes marchandes
- Sémiologie appliquée aux mondes marchands
- Approches critiques du numérique

Enseignements de spécialité

- Design thinking
- Branding
- Stratégie de communication

Enseignements complémentaires

- Planning stratégique
- Techniques d'audit et tests utilisateur
- Cours de méthodologie générale

Informations non contractuelles - PDF généré le 7/12/2025

Enseignements d'ouverture

- Communication Studies
- Enseignement au choix (LV2, Sport, projet civique ou associatif...)

DEUXIÈME ANNÉE, SEMESTRE 4

Enseignements disciplinaires en SIC et SHS

- Tendances, marques et communication
- Marques et médias
- Stratégies marketing

Enseignements de spécialité

- Prospective
- Marques et transition socio-environnementale
- Communication et économie sociale & solidaire

Enseignements méthodologiques

- Mémoire – Atelier de suivi

Enseignements d'ouverture

- Communication Studies
- Enseignement au choix (LV2, Sport, projet civique ou associatif...)

Activités pédagogiques complémentaires (S1 à S4)

- Insertion professionnelle : dispositif CELSA
- Formation à la recherche documentaire
- Conférences du Magistère

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.
- 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.

Informations non contractuelles - PDF généré le 7/12/2025

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.

Informations non contractuelles - PDF généré le 7/12/2025