

Master 2 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 continue****Durée de la formation**

12 mois

Rythme de la formation

Cours au CELSA de septembre à janvier à temps plein à raison de 4 jours par semaine, suivis d'un stage optionnel de 6 mois en France ou à l'étranger.

Responsable(s) de Formation**CAROLINE MARTI**

Professeure des universités

Tarif

8 600 € avec plusieurs financements possibles (plan de développement des compétences, CPF, Projet de transition professionnelle, financement personnel / co-financement...).

Information et contact**Orientation et accompagnement en formation continue**
lettres-celsa-information-fc@sorbonne-universite.fr**Financement et contrat formation continue**

Carine Bansede
carine.bansede@sorbonne-universite.fr

Coordination pédagogique**MAGDALENA KAWECKA**

Coordinatrice pédagogique

PRÉSENTATION

OBJECTIFS DE LA FORMATION

La formation articule les fondamentaux de la communication des marques 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...

Le 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.

La formation à la recherche par la recherche donne une profondeur d'approche qui fait la réputation du CELSA avec la réalisation d'un mémoire individuel.

La formation s'adresse à des professionnels de la communication et de la marque qui souhaitent développer leur compétences leur permettant, au-delà de la seule maîtrise des outils, de concevoir les stratégies de communication de marques solides et innovantes, 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 2 Marque et communication s'adresse aux professionnels et professionnelles (cadres ou assimilés du secteur privé ou public, managers, consultants) en reprise d'étude qui :

- possèdent déjà une expérience dans le champ professionnel du master
- souhaitent monter en compétences et en expertise dans le champ professionnel du master pour renforcer leur perspective

d'évolution.

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 réglementation.
- 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

Cette formation accueille un public mixte composé de 25 étudiants environ et de 1 à 5 stagiaires en formation continue. Le programme de cours (350h) se déroule de manière intensive, de septembre à fin janvier au CELSA, à raison de 4 jours de cours par semaine. Il peut être suivi d'un stage en France ou à l'étranger de 6 mois maximum à partir du mois de février. Les stagiaires peuvent bénéficier de l'accompagnement du service Carrières et relations entreprises de l'École.

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.

DIPLÔME

Cette formation mène à la délivrance du diplôme national de Master Information et communication.

Nombre d'ECTS : 120 (60 par année).

PROGRAMME

DEUXIÈME ANNÉE, SEMESTRE 3

Enseignements disciplinaires en SIC et SHS

- SIC et médiations marchandes
- 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 et performance
- Cours de méthodologie générale
- Atelier de méthodologie

Enseignements d'ouverture

- Communication Studies
- Cultures et culture de marque
- Enseignement au choix sous réserve de confirmation (LV2, Sport, projet civique ou associatif...)

DEUXIÈME ANNÉE, SEMESTRE 4

Enseignements disciplinaires en SIC et SHS

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

Enseignements de spécialité

- Management de projet et stratégie de marque
- Gestion de projet, *brand management*

Enseignements méthodologiques

- Mémoire – Atelier de suivi
- Mémoire – Dossier écrit et soutenance
- Stage

Enseignements d'ouverture

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

Activités pédagogiques complémentaires

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

ADMISSION

Conditions d'accès à la formation

La 2^e année de master s'adresse aux personnes :

- titulaires d'un diplôme bac + 4 ou équivalent (240 ECTS) ;
- justifiant 3 années minimum d'expérience professionnelle (hors stage et apprentissage) dans le champ professionnel du master ;
- ayant 26 ans (ou plus) au 1er janvier de l'année de formation.

Les candidats ne pouvant justifier d'un diplôme bac +4 peuvent déposer une demande écrite de validation des acquis pour dispense de titre (à joindre au dossier de candidature). Ils doivent toutefois être titulaires d'un diplôme de bac +2 (120 ECTS) et pouvoir justifier d'une expérience professionnelle de 3 ans minimum en rapport avec la formation visée.

En savoir plus.

Points d'attention dans le cadre de la candidature

S'engager dans une formation continue exige de prendre le temps de faire le point sur ses compétences et son projet. Les formations du CELSA sont exigeantes, et candidater requiert de :

- Disposer d'un socle de connaissances et de compétences dans le champ professionnel auquel le master forme.
- Posséder une appétence pour les sciences humaines et sociales.
- Avoir de bonnes qualités rédactionnelles et apprécier le travail d'écriture.
- Apprécier le travail en groupe et le partage d'expériences.
- Avoir une connaissance fine des organisations.
- Être engagé dans une démarche de réflexion sur sa carrière.

Comment candidater

Le dépôt des dossiers de candidature s'effectue sur la plateforme dédiée : <https://concours-celsa.sorbonne-universite.fr/>.

La liste des pièces administratives et de celles donnant lieu à évaluation y est indiquée.

Des frais de dossier s'appliquent.

Calendrier de la candidature

Calendrier prévisionnel des dates de concours :

- Période de dépôt du dossier de candidature : du 1^{er} décembre 2025 à 12h au 17 mars 2026 à 12h.
- Résultats d'admissibilité : le 30 mars 2026 à 16h.
- Période des entretiens d'admission : du 2 avril au 14 avril 2026.
- Résultats d'admission : le 16 avril 2026 à 14h.

Le calendrier prévisionnel des dates de concours d'entrée en master 2 est disponible ici.

Étapes de la candidature

Le processus de sélection se fait en 3 temps :

- examen du dossier et validation de l'admissibilité ;
- entretien individuel avec une commission d'admission mixte (universitaires et professionnels) qui échange avec le candidat ou la candidate sur sa motivation, son projet professionnel et ses connaissances ;
- délibération du jury d'admission qui arrête, en fonction des places disponibles, la liste des candidats admis, et communication des résultats.

Critères d'examen de la candidature

- Pour l'examen du dossier : évaluation des pièces du dossier au regard des conditions d'accès au master.
- Pour l'entretien oral : la discussion permet au candidat ou à la candidate de développer son projet personnel et professionnel, et au jury d'apprécier les connaissances, la motivation du candidat ou de la candidate et l'adéquation de son profil au parcours choisi.

Préparation de sa candidature

Nos formations sont sélectives. Il importe de bien préparer sa candidature.

Pour toute question sur le programme, l'organisation de la formation et le processus d'admission, il est conseillé de prendre contact avec le service de la Formation professionnelle continue : lettres-celsa-information-fc@sorbonne-universite.fr.

Vous pouvez aussi consulter nos conseils de préparation pour une candidature au CELSA en master et prendre connaissance des indications bibliographiques.

Pour toute question concernant le financement de la formation qui doit être réfléchi bien en amont, contactez Carine Bansède : carine.bansede@sorbonne-universite.fr
