

Master 1 Marque

À PROPOS DE CE PROGRAMME

Habilitation Nationale

Ce Master est inscrit au RNCP sous le code 38208.

Domaine : Marque

Parcours : Formation initiale

Durée de la formation

12 mois, de septembre à août.

Rythme de la formation

De septembre à fin janvier au CELSA, suivis d'un stage, d'un séjour d'étude à l'étranger de 3 à 6 mois ou d'un semestre d'études à l'ENSCI - Les Ateliers.

Tarif

243€ + CVEC (95€)

Information et contact

Catherine JOLIS

catherine.jolis@sorbonne-universite.fr

Responsable(s) de Formation



HÉCATE VERGOPOULOS

Maîtresse de conférences

Coordination pédagogique



MAGDALENA KAWECKA

Coordinatrice pédagogique

PRÉSENTATION

La première année du master s'inscrit dans la continuité de l'année de licence 3 Information et de communication du CELSA.

Cette première année de master donne toutes les clés aux étudiants pour comprendre les contextes économique, social et culturel de la communication. Les étudiants apprennent à maîtriser les principaux outils d'analyses quantitative et qualitative des marchés et des stratégies de communication; et à comprendre, décrire et analyser les comportements des consommateurs. Enfin, grâce à l'apport des sciences humaines et sociales, ils disposent d'outils et de méthodologies propres à stimuler l'innovation.

Cette formation comprend une période de stage ou de séjour d'études dans une université étrangère de 3 mois à 6 mois.

Il est également demandé aux étudiants un travail d'études et recherche (TER)

PUBLICS

- Les **étudiants de formation initiale** ayant suivi l'année de licence 3 parcours Marque au CELSA après réussite au concours d'entrée en Licence.

PROGRAMME

DÉMARCHES ET MÉTHODES D'ANALYSE DE L'INFORMATION ET DE LA COMMUNICATION (15 ECTS)

A. Démarches de la recherche en SIC

- Psychosociologie appliquée au marketing
- Analyse sémiotique
- Ethnologie des espaces marchands
- Discours du marketing

- Analyses de consommation
- Approches des médias

B. Méthodologie générale de la recherche en SIC : les méthodes

- Statistiques appliquées au marketing
- Techniques d'enquêtes quantitatives
- Etudes qualitatives
- Analyse de contenu + analyse filmique

C. Analyses économiques et financières Gestion financière

- Business plan

D. Conduite de la recherche appliquée Méthodologie de recherche en SIC

- Séminaire

SPÉCIALISATION PROFESSIONNELLE : MARKETING, PUBLICITÉ ET COMMUNICATION (15 ECTS)

A. Concepts fondamentaux du marketing Stratégies globales de l'entreprise

- Marketing stratégique
- Gestion de la communication
- CRM

B. Création et diffusion de messages publicitaires

- Publicité
- Publicité et stratégies digitales
- Communication digitale
- Indesign
- Création publicitaire

C. Marketing et communication de marques

- Marketing international : création de valeur et communication
- Introduction aux stratégies de marque : exercice de rhétorique – cas – musique et publicité – cas stratégies de marques
- Introduction aux stratégies de communication : stratégies de communication – stratégies média – conférences – ateliers d'aide à l'insertion professionnelle

INFORMATION, COMMUNICATION ET LANGAGES DANS LE MONDE CONTEMPORAIN (15 ECTS)

A. Enquête de terrain

B. Langues vivantes et ouverture internationale

- LV1 : Anglais
- LV2 : Allemand ou Espagnol

TRAVAIL D'ÉTUDE ET DE RECHERCHE APPLIQUÉE (15 ECTS)

Travail de recherche fondé sur l'élaboration d'une problématique et l'observation d'une situation professionnelle ou l'analyse de corpus.

ACCOMPAGNEMENT DE LA FORMATION

- Information Diplôme Universitaire DU / Césure / M2 Recherche / M2 CEI
- Présentation partenariat ENSCI/ Centre Michel Serres pour l'Innovation
- Insertion professionnelle, recherche de stage : présentation des dispositifs, orientation, ateliers et forums d'aide à la recherche d'entreprises, coaching individuel, entretiens
- Participation à la JPO (journée portes ouvertes) et aux activités du Bureau des Elèves (BDE) et de la Junior Entreprise

Compétences acquises en formation et débouchés métiers

ADMISSION

Il n'y a pas d'admission possible en 1ère année de master.

Cette option de 1ère année de master n'est ouverte qu'aux étudiantes et étudiants ayant suivi la licence 3 parcours Marque après réussite au concours d'entrée en licence.
