Communication - Médias

mis à jour le 13/06/2025

Master | Contrat d'apprentissage |
RNCP 38208

# Master 2 Information Communication Parcours Marque Option Marque et Stratégies de Communication (M2_MSC)

## PRÉSENTATION

### Présentation 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...

### Objectifs de la formation

À l'issue de la formation, les apprenants seront capables de :
- Analyser les contextes économiques, sociaux, culturels, communicationnels et environnementaux d'une marque.
- Expliquer la nature économique et symbolique des marques à l'aide de concepts clés.
- Concevoir des stratégies de communication pertinentes et/ou innovantes adaptées aux enjeux identifiés
- Mettre en oeuvre des actions de gestion de marque dans une perspective qualitative et communicationnelle à l'échelle nationale et internationale.
- Intégrer les dimensions créatives dans une démarche marketing et communicationnelle cohérente.

### Métiers visés

- Planneur/se stratégique
- Responsable de marque
- Chargé.e de communication
- Chef.fe de produit
- Chef.fe de pub

etc.

## Rythme d'alternance

Module d'intégration :
- Une semaine à temps plein au CELSA, au début de la formation, pour acquérir des connaissances fondamentales et préparer l'alternance

Période d'alternance :
- 4 jours en entreprises (du lundi au jeudi) et 1 jour au Celsa (le vendredi)

Périodes à temps plein à l'école :
- 7 semaines intensives au CELSA réparties au cours de l'année (octobre, janvier, février, avril, mai, juin)

Période à temps plein en entreprise :
- A partir de la fin des cours (juillet / août)

## Dates de la formation et volume horaire

08/09/2025 > 30/09/2026 (450 heures)

Durée : 1 an

# UNIVERSITE/ECOLE

## Adresse administrative Composante

CELSA - Ecole des hautes études en sciences de l'information et de la communicatio

77, rue de Villiers

92200 - NEUILLY-SUR-SEINE

Journées Portes ouvertes

Début janvier 2026

## Siège Établissement

Sorbonne Université

77, rue de Villiers

92200 - NEUILLY-SUR-SEINE

# ADMISSION

## Conditions d'admission

### Pré-requis :

Entrée en master 2 après 4 années d'études supérieures validées et admission au concours. Admission directe en master 2 en formation continue après VAP (validation des acquis professionnels) et entretien en commission d'admission.

## Modalités de candidature

Période d'inscription en Master 2 en apprentissage : consulter le site du CELSA

Eléments demandés :
- Une pièce d'identité (format pdf)
- Le certificat de scolarité de l'année en cours ou diplôme de Master 1 (faire traduire en français les diplômes étrangers)
- La photocopie du DELF, TEF niveau 4, TCF, SELFEE pour les étudiants non francophones
- Notification de l'avis d'attribution de bourse sur critères sociaux le cas échéant
- Attestation de handicap le cas échéant (certificat médical, carte d'invalidité...)
- Règlement des frais de concours (70 € ou 30 € pour les étudiants boursiers sur présentation de la notification de l'avis de bourse recto-verso de l'année universitaire en cours).
- Le questionnaire de motivation (disponible en ligne)
- CV (format pdf)
- La présentation d'une réalisation (académique, professionnelle ou personnelle) de nature à éclairer la candidature
- Les bulletins de notes de Licence 3 ou équivalent (format PDF)

# CONTACTS

## Vos référents FORMASUP PARIS IDF

### Vanessa MASSENGO-KEKOLO

contact@formasup-paris.com

### Corinne MAIN

Pour les publics en situation de handicap : consultez nos pages dédiées Apprenants et Entreprises.

## Vos contacts « École/Université »

**JOLIS Catherine**

catherine.jolis@sorbonne-universite.fr
01 46 43 76 76

# PROGRAMME

## Code RNCP 38208

## Direction et équipe pédagogique

VERGOPOULOS Hécate, Maîtresse de conférences - responsable pédagogique du Master 2 "Marque et stratégies de communication"

MARTI Caroline, Professeure des universités - responsable du département "CELSA Marque"

BOCHE Gauthier, planneur stratégique indépendant.

Des professionnels extérieurs interviendront tout au long de la formation.

| Programme détaillé de la formation | Volume horaire session - 1 année 1 |
|---|---|
| Théories de l'information et de la communication | 70h |
| Stratégies de communication dans l'environnement économique et social | 46h |
| Organisations, structures et fonctions | 22h |
| La marque au service de la société et de l'environnement | 55h |
| Branding | 44h |
| Stratégies de communication | 23h |
| Langages et communication, Langues vivantes | 46h |
| Outils de diagnostic, d'analyse et d'aide à la décision | 40h |
| Méthodologies professionnelles | 25h |
| Mémoire | 18h |
| Insertion professionnelle et travaux | 61h |

## Modalités pédagogiques

Les cours s'organisent de la manière suivante : enseignement de fondamentaux, acquisition de notions et méthodologie, le tout sous forme de cours magistraux et travaux dirigés.

### Contrôle des connaissances

Examens (intensifs ... hors contrôle continu) et soutenance de mémoire.

### Diplôme délivré

Diplôme de grade Master. Domaine Information, Communication ; Mention Information et communication ; Parcours Marque, Option Marque et stratégies de communication.

Diplôme national de niveau 7 du Ministère de l'Enseignement supérieur et de la Recherche délivré par l'Université CELSA - Sorbonne Université, École des hautes études en Sciences de l'information et de la communication.

## COMPÉTENCES

- Conception, coordination et mise en oeuvre des politiques et stratégies de communication et de diffusion de l'information
- Participation à la réflexion stratégique sur la complémentarité des outils au service de la politique de communication
- Sensibilisation des acteurs de la structure à la pertinence des actions de communication en vue de la mise en place d'une politique de marque
- Accompagnement des équipes managériales dans la conduite de projets ou de changement
- Veille informationnelle et stratégique dans le but de conseiller la direction et les services de communication
- Participation aux processus d'audit stratégique
- Elaboration, planification, coordination, suivi et évaluation des plans et actions de communication interne/externe
- Conception de messages de communication

## Démarches et méthodes d'analyse de l'information et de la communication

- Identifier, sélectionner et analyser avec esprit critique diverses ressources spécialisées pour documenter un sujet et synthétiser ces données en vue de leur exploitation
- Communiquer à des fins de formation ou de transfert de connaissances, par oral et par écrit, en français et dans au moins une langue étrangère

## Spécialisation professionnelle

- Gérer des contextes professionnels ou d'études complexes, imprévisibles et qui nécessitent des approches stratégiques nouvelles
- Prendre des responsabilités pour contribuer aux savoirs et aux pratiques professionnelles et/ou pour réviser la performance stratégique d'une équipe
- Analyser ses actions en situation professionnelle, s'autoévaluer pour améliorer sa pratique

## Information, communication et langages dans le monde contemporain

- Apporter des contributions novatrices dans le cadre d'échanges de haut niveau, et dans des contextes internationaux
- Résoudre des problèmes pour développer de nouveaux savoirs et de nouvelles procédures et intégrer les savoirs de différents domaines
- Conduire une analyse réflexive et distanciée prenant en compte les enjeux, les problématiques et la complexité d'une demande ou d'une situation

## Méthodologies et Professionnalisation

- Conduire un projet (conception, pilotage, coordination d'équipe, mise en oeuvre et gestion, évaluation, diffusion) pouvant mobiliser des compétences pluridisciplinaires dans un cadre collaboratif