

Domaine : Information et communication - **Thématique(s) :** Marque
DIPLÔMES NATIONAUX

MASTER PROFESSIONNEL 2 CELSA COMMUNICATION MARQUE ET STRATÉGIES DE COMMUNICATION TEMPS PARTIEL

Le Master 2 « Marque et stratégies de communication » a pour objectif de conférer une expertise en communication de marque, et ce dans un contexte de profondes transformations du rapport des consommateurs aux marques et des pratiques professionnelles de la communication marchande.

🕒 **Durée de la formation :** 500h
📅 **Dates :** Voir le calendrier
📍 **Lieu :** 77 Rue de Villiers, 92200 Neuilly-sur-Seine
💶 **Tarif :** 8600 €

Modalité : Présentiel
CPF : Éligible
ECTS : 60
Formation : Diplômante

OBJECTIFS

- Décrypter les contextes économiques, sociaux, culturels, communicationnels et environnementaux d'une marque et les logiques d'actions qui en découlent.
- Maîtriser et comprendre les pratiques de communication en contexte de mutations profondes de la société et des consommateurs
- Effectuer un audit de marque approfondi
- Déployer une stratégie de communication de marque en tenant compte des diverses opportunités médiatiques développer leurs aptitudes à manager des projets conciliant créativité, innovation, inclusivité et responsabilité.

ACCOMPAGNEMENT DE LA FORMATION

- Journée d'accueil : programme, pédagogie, financement, scolarité...
- Insertion professionnelle : dispositifs d'accompagnement
- Formation à la recherche documentaire et aux outils multimédias

PUBLIC VISÉ ET PRÉ-REQUIS

Professionnels (3 ans d'expérience minimum) en projet de transition professionnelle (PTP), conditions d'âge (au moins 26 ans) et de diplôme. La rencontre entre les deux publics étudiants et professionnels, constitue une impulsion propice à une dynamique de groupe harmonieuse, synonyme d'échanges d'expériences et de talents complémentaires.

PROGRAMME

Approches théoriques de la communication des organisations (10 ECTS)

A. Théories de l'information et de la communication

SIC et marchés

SIC et publicité

Approches critiques du numérique

Le monde marchand du 19ème siècle

Stratégies de médiatisation marchande

Les contradictions du tourisme

RESPONSABLE(S) PÉDAGOGIQUE



Sébastien APPIOTTI

INFORMATIONS

Domaines d'études : Communication marchande, publicité, RSE (Responsabilité sociale et environnementale) et enjeux de marque, sciences de l'information et de la communication, sémiotique, planning stratégique, études qualitatives et quantitatives, stratégies de communication, branding, naming, marketing d'influence.

Ce Master est inscrit au RNCP sous le code **31496**.

Session 1 DU 11/09/2023 AU 28/06/2024

CONTACT

📞 01 46 43 76 14

✉ evelyne.durel@sorbonne-universite.fr

Information, conseil, validation du projet de formation

B. Stratégies de communication dans l'environnement économique et social

La gamification au service des marques
Planning stratégique : pilotage de marque
Planning stratégique : insight et pistes créatives

C. Organisations, structures, outils

Marketing stratégique : fondamentaux et stratégies
Budget et décisions de communication
Auto-régulation des marques et de la publicité
Initiation au droit des marques

Spécialisation professionnelle (20 ECTS)**A. La marque au service de la société et de l'environnement**

Marque et transition environnementale et sociale
La communication au prisme du genre
Questionner l'inclusivité et la diversité
Résistances à la consommation
Stratégies marchandes de réemploi
Expérience utilisateur et design durable
« Grand cas » : diagnostic et déploiement d'une stratégie de communication de marque à partir d'un cas réel

B. Branding

Stratégie de marque
Pratiques de la marque
Design circulaire appliqué
Stratégie d'entreprise et branding
Identité verbale et communication engagée
Branding et naming

C. Stratégies de communication

Analyse et culture publicitaires
Stratégies communicationnelles de la marque

D. Langue vivante

Anglais

Outils d'aide à la décision et méthodologies professionnelles (10 ECTS)**A. Langages et communication, langues vivantes**

Anglais spécialisé (marketing)
Expression orale, présentation de soi

B. Outils de diagnostic, d'analyse et d'aide à la décision

Média planning
Sémiotique de la marque

C. Méthodologies professionnelles

Études quantitatives et qualitatives

Mémoire (20 ECTS)

Méthodologie de la recherche – accompagnement du mémoire
Séminaires de recherche

Accompagnement de la formation

Journée d'accueil : programme, pédagogie, financement, scolarité...
Insertion professionnelle : dispositifs d'accompagnement
Formation à la recherche documentaire et aux outils numériques
Examens terminaux et contrôle continu
Évaluation des enseignements

MÉTHODES

Les enseignements sont dispensés par des universitaires, professeurs et maîtres de conférences du CELSA, ainsi que par des professionnels. Ils prennent la forme de cours magistraux, de présentations de cas d'études concrets, de projets de simulation, ainsi que d'ateliers de création et innovation. Un travail assidu est exigé d'une part en ce qui concerne l'ensemble des travaux de groupe mais aussi en ce qui concerne la réalisation du mémoire.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

- Examens terminaux et contrôle continu
- Évaluation des enseignements

DÉBOUCHÉS

Directeur(ice) marketing ; Directeur(ice) de clientèle ; Chargé de marketing et communication / Responsable marketing et communication Chef de groupe / de marché / de produit / de marque
Chef de publicité en agence / chez l'annonceur / en régie
Chef de projet en agence / chez l'annonceur / en régie
Planneur stratégique
Média planneur
Chef de publicité
Chargé(e) d'études
Consultant en communication
Chef de projets RSE
.....

LES + DE LA FORMATION

Diplôme d'État, inscrit au RNCP
Public mixte étudiants et professionnels
Encadrement de haut niveau par des intervenants professionnels et universitaires
Formation pouvant être prise en charge dans le cadre d'un projet de transition pro, du CPF; différents dispositifs en fonction du statut salarié ou demandeur d'emploi
Formation reconnue par les professionnels
Pédagogie interactive et suivi personnalisé
Réseau Alumni

POUR CANDIDATER

Pour être candidat en formation continue, il convient d'avoir:

- Plus de 26 ans au 1er janvier de l'année de la formation,
 - de justifier de 3 années minimum d'expérience professionnelle,
 - d'être titulaire du diplôme national de Maîtrise.
- (les diplômes ou titres portant la mention d'une « homologation » ne peuvent donner lieu à une « équivalence de titre ».)

Conditions particulières à la Validation des Acquis Professionnels et Personnels (VAPP)

Les candidats de Formation Continue intéressés par ce cycle mais ne pouvant justifier du diplôme demandé (bac +4) peuvent déposer une demande écrite de validation des acquis pour dispense de titre (à joindre au dossier de candidature).

Ils doivent toutefois impérativement être titulaires d'un diplôme bac +2 minimum et pouvoir justifier d'une expérience professionnelle de 3 ans minimum en rapport avec la formation visée.

[>> En savoir plus](#)

NB : Les candidats répondant aux pré-requis de la formation continue ayant moins de moins de 30 ans désirant suivre la formation en apprentissage ne peuvent s'inscrire via la formation continue. Ils doivent suivre la même procédure d'admission que les autres candidats en apprentissage.

L'épreuve d'admission pour la formation continue :
L'admission se fait sur dossier et entretien de motivation.

CALENDRIER

Durée de la formation : 500h

Rythme : Temps partiel sur 10 mois

2 semaines en temps plein en septembre, 4 jours en entreprise et 1 jour au Celsa (le vendredi) d'octobre à juin + 5 semaines intensives entre janvier et juin. Formation compatible avec une activité professionnelle.

SESSION 1

du 11/09/2023
au 28/06/2024