

Domaine: Information et communication - Thématique(s): Marque

DIPLÔMES NATIONAUX

OLD-MASTER 2 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.

① Durée de la formation : 2 semestres (500h)

Dates: Voir le calendrier

O 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.

RESPONSABLE(S) PÉDAGOGIQUE



Sébastien Appiotti

INFORMATIONS

Formation inscrite au RNCP : Oui

Code RNCP: 38208

Session DU 09/09/2024 AU 27/06/2025

CONTACT

& 01 46 43 76 14
☑ ingrid.gay@sorbonne-universite.fr
Information, conseil, validation du
projet de formation

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





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.





FORMATION PROFESSIONNELLE CONTINUE

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; différentes 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.





FORMATION PROFESSIONNELLE CONTINUE

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

CALENDRIER

Durée de la formation : 2 semestres (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 DU 09/09/2024 AU 27/06/2025

