

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

## MASTER PROFESSIONNEL CELSA COMMUNICATION MARQUE, COMMUNICATION ET NUMÉRIQUE

Le Master forme des experts de la communication de marque, en portant l'accent sur la maîtrise des enjeux liés au numérique. Le programme permet d'acquérir des connaissances et compétences opérationnelles nécessaires à l'élaboration d'une stratégie de marque. La formation est dédiée aux professionnels à temps plein.

**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 ECTS  
**Formation :** Diplômante

### OBJECTIFS

Cette formation a pour objectif de conférer une expertise pointue et exigeante en communication de marque en particulier dans son environnement numérique et dans un contexte inflationniste d'innovation. Les enseignements assurés par les universitaires et des professionnels experts des marques permettent d'acquérir les connaissances et compétences opérationnelles nécessaires à l'élaboration de stratégie de marques dans le cadre de missions d'agences ou bien chez l'annonceur.

Un accent est porté sur le renforcement des connaissances liées aux enjeux du numérique pour acquérir une aisance avec l'univers digital marchand : capacité à prendre du recul et à décrypter les stratégies digitales, maîtrise des outils de diagnostic et de prise de décisions, développement des aptitudes à la transmission.

### COMPÉTENCES VISÉES

#### Capacité à :

- décrypter les contextes économiques, financiers, sociaux, culturels, communicationnels d'une marque, et les logiques d'actions qui en découlent.
- maîtriser et comprendre les pratiques de communication en contexte numérique
- effectuer un audit de marque approfondi
- déployer une stratégie de communication en tenant compte des diverses opportunités médiatiques en particulier numériques
- développer son aptitude à manager des projets innovants

### 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

Cadres avec expérience en marketing et/ou communication marchande, en entreprise ou en agence, souhaitant compléter leur formation initiale et professionnelle. Cadres avec expérience dans différents secteurs d'activité,

### RESPONSABLE(S) PÉDAGOGIQUE



Emmanuelle FANTIN

### INFORMATIONS

#### Principaux domaines d'études :

marketing digital, branding, data marketing, stratégies de communication, communication numérique, publicité, planning stratégique, sciences de l'information et de la communication, sémiotique, études qualitatives et quantitatives.

**Promotion :** 10 à 20 personnes

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

**Session 1** DU 23/02/2021 AU 30/06/2021

### CONTACT

☎ 01 46 43 76 14

✉ evelyne.durel@sorbonne-universite.fr

Conseil, orientation, validation du projet de formation

mais n'occupant pas encore des fonctions liées à la marque, souhaitant acquérir une double expertise dans leur domaine initial et dans celui du marketing en général et de la marque en particulier. Pour ce second profil, il est demandé préalablement au recrutement d'effectuer une « autoformation » au marketing et à la communication. Reconversion professionnelle.

## PROGRAMME

### APPROCHES THEORIQUES DE LA COMMUNICATION DES ORGANISATIONS

#### a. THEORIES DE L'INFORMATION ET DE LA COMMUNICATION

- SIC et marketing
- SIC et publicité
- La digipulation des applications
- Le monde marchand au 19ème siècle
- Panoptisme, marques et internet

#### B. STRATEGIES DE COMMUNICATION DANS L'ENVIRONNEMENT ECONOMIQUE 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
- Évaluation financière de la marque
- Initiation au droit des marques

### NUMERIQUE, BRANDING ET COMMUNICATION

#### A. LE NUMERIQUE AU SERVICE DE LA MARQUE

- Marketing digital
- Stratégies digitales
- Data marketing
- Data planning
- Stratégies d'acquisition numérique
- Expérience client
- Marketing mobile
- Médias sociaux
- "Grand cas"

#### B. BRANDING

- Stratégie de marque
- Pratiques de la marque
- Stratégies d'innovation
- Design appliqué
- Stratégies d'entreprise et branding
- Branding et naming

#### C. STRATÉGIES DE COMMUNICATION, LANGUE VIVANTE

- Analyse et culture publicitaires
- Stratégies communicationnelles de la marque

### OUTILS D'AIDE A LA DECISION ET METHODOLOGIES PROFESSIONNELLES

#### A. LANGAGE ET COMMUNICATION, LANGUE VIVANTES

- Anglais spécialisé (marketing)
- Expression orale, présentation de soi

#### B. OUTILS DE DIAGNOSTIC, D'ANALYSE ET D'AIDE A LA DECISION

- Média planning

- Initiation au développement Web
- Sémiotique de la marque
- Sémiotique des productions spatiales, numériques et physiques

### **C. METHODOLOGIES PROFESSIONNELLES**

- Etudes quantitatives et qualitatives

#### **MEMOIRE**

- Méthodologie de la recherche – Mémoire
- Séminaires de recherche

#### **STAGE**

---

### **MÉTHODES**

Les enseignements sont assurés par des universitaires et des professionnels, et alternent savoirs théoriques, pratiques professionnelles, études de cas et recherche appliquée (mémoire).

### **MODALITÉS D'ÉVALUATION**

- Examens terminaux et contrôle continu
- Évaluation des enseignements

### **STAGE ET MEMOIRE**

#### **STAGE**

Cette mission fait partie intégrante de la formation.

Durée : entre 3 et 6 mois ou CDD/CDI

Lieu : le stagiaire effectue sa mission dans l'entreprise de son choix. Le stagiaire en CPF de transition professionnelle peut être amené à réaliser cette mission dans son institution ou organisation.

#### **Quelques exemples d'entreprises ayant accueilli des stagiaires**

TBWA Europe, Euro RSCG 4D, Novacom associés, Carré Noir, Bayard presse, SNCF, Palais des Thés, Meetic, Fred et Farid Paris, Moët Hennessy, Yves Rocher

#### **Quelques exemples de missions**

- Analyse de marché
- Assistant Brand Manager Europe
- Assistant publicité
- Chargé de communication contenus digitaux
- Assistant Planneur Stratégique

#### **LE MÉMOIRE**

Le mémoire résulte d'une recherche appliquée et doit apporter une contribution significative à la résolution de problèmes concrets au terme d'une double approche, universitaire et professionnelle. La réflexion doit permettre au stagiaire d'utiliser les concepts et méthodes propres à la recherche; la démarche doit être celle d'un professionnel. Le stagiaire propose une argumentation et une réponse à la problématique choisie.

Tout au long de l'élaboration du mémoire, le travail du stagiaire est suivi à la fois par un enseignant chercheur et par un rapporteur professionnel.

#### **Quelques exemples de sujet de mémoire**

- La transgression, une stratégie de marque
  - La représentation du couple rock n'roll comme stratégie publicitaire
  - La stratégie narrative dans le jeu vidéo : brouillage des frontières entre réel et virtuel au service d'une stratégie marketing
  - Les marques bancaires traditionnelles dans un contexte de défiance et de marché saturé
-

## DÉBOUCHÉS

Chaque stagiaire doit être à même, à l'issue de cette formation, d'exercer cette expertise dans une entreprise, une agence conseil en stratégies de marque, une agence de publicité ou un cabinet d'études.

Planneur stratégique, responsable de marque, chargé de communication (annonceur, agence conseil en stratégies de marque, agence de publicité ou cabinet d'études)....

## LES + DE LA FORMATION

- Diplôme d'état, inscrit au RNCP
- Formation à destination de professionnels uniquement (salariés et demandeurs d'emploi)
- Encadrement de haut niveau par des intervenants professionnels et universitaires.
- Pédagogie interactive et suivi personnalisé
- Formation pouvant être prise en charge dans le cadre d'un CPF de transition pro
- Formation reconnue par les professionnels
- Réseau Alumni

### POUR CANDIDATER

#### Pour être candidat, il convient :

- d'avoir **26 ans (ou plus)** au 1er janvier de l'année de formation
- de justifier de **3 années minimum** d'expérience professionnelle
- d'être titulaire du diplôme national de Maîtrise  
(Attention : 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](#)

L'attention des candidats doit être appelée sur le haut niveau d'exigence qui s'attache au Master professionnel 2 et sur l'importance que prend, à ce niveau plus qu'à tout autre, la cohérence entre les acquis théoriques, les acquis de l'expérience et le projet de reclassement professionnel. En conséquence, il leur appartient de bien évaluer leurs acquis afin d'éviter de déposer pour le Master professionnel 2 une candidature qui serait plus justifiée pour le Master professionnel 1. En cas d'incertitude, le CELSA peut apporter aux candidats qui en font la demande une aide à l'orientation.

#### L'épreuve d'admission

L'admission se fait sur dossier et entretien de motivation.

## CALENDRIER

**Durée de la formation : 500h**

**Rythme** : 4 mois

Les cours se déroulent de février à juin; stage de spécialisation de 3 mois minimum (ou CDI/CDD), mémoire d'étude et de recherche.

**SESSION 1**du 23/02/2021  
au 30/06/202177, rue de villiers  
92200 Neuilly-sur-Seine