



SCIENCES HUMAINES ET SOCIALES

MASTER Information- Communication: Marque et stratégies de communication (master 2 en alternance)

Information, communication

 Niveau d'étude
visé
BAC +5 et plus

 ECTS
120 crédits

 Langue
Français

Parcours proposés

- M1 Info-Com : Marque et Stratégies de Communication (FI)
- M2 Info-Com : Marque et stratégies de communication (FA)
- M2 Info, Com Marque et stratégies de communication (FC)

Présentation

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...

Ce programme est composé d'enseignements théoriques et professionnels, assurés par des chercheurs en sciences de l'information et de la communication, et par des intervenants d'excellence en activité dans des agences ou des entreprises choisis tout autant pour leur compétence pédagogique que pour leur expertise dans les domaines de spécialité du parcours. La pédagogie est mise en œuvre selon différentes modalités : cours magistraux, travaux dirigés, études de cas, audits de

communication, challenge, mais encore des échanges toujours privilégiés grâce à des promotions limitées (entre 25 et 30 personnes environ).

La formation à la recherche par la recherche donne aux étudiantes et étudiants de ce parcours une profondeur d'approche qui fait la réputation du CELSA avec la réalisation d'un travail de réflexion et d'analyse en groupe en 1^{re} année et d'un mémoire individuel en 2^e année de master. Le master a en effet pour objectif de former des spécialistes de la communication de haut niveau en développant des compétences professionnelles qui leur permettront, au-delà de la seule maîtrise des outils, de concevoir les stratégies de communication de marques solides et innovantes. À l'issue de la formation dont la deuxième année s'effectue en alternance, toutes et tous sont ainsi capables de développer des stratégies pour affirmer et préserver l'image et la réputation de leurs marques auprès de leurs publics, dans un contexte de concurrence forte pour distinguer des produits et services et conquérir et fidéliser des cibles exigeantes et très sollicitées.

Dans cette perspective, les enseignements, académiques comme professionnels, explorent les stratégies de communication les plus éprouvées et les plus innovantes en termes de *branding*, stratégies publicitaires, en intégrant stratégies médiatiques et numériques.

 <https://www.celsa.fr/nos-formations/master-marque-et-strategies-de-communication/>

Journée portes ouvertes 2025

JPO sur la licence et les masters de formation initiale à destination des étudiants : 11 janvier 2025 de 10h à 17h30
Au CELSA, 77 rue de villiers, 92200 Neuilly-sur-Seine

Savoir-faire et compétences

L'année de Master 2 a pour objectif de développer les compétences stratégiques des étudiants et apprentis et de favoriser ainsi leur adaptabilité au monde professionnel et leur performance sur le long terme.

Diplôme : Master

Nature : Mention

Discipline(s) : COMMUNICATION, JOURNALISME, EDITION, AUDIOVISUEL

Référentiel RNCP : 38208

Niveau RNCP : Niveau 7

Référentiel SISE : Sciences de l'information et la communication

Régime(s) d'études : Formation en alternance, Formation continue, Formation initiale

Validation des acquis : Non

Double cursus interne : Non

Double cursus externe : Non

Organisation

Contrôle des connaissances

Mémoire

Ouvert en alternance : Non

Ouvert en stage : Non

