Master Marque et communication

À PROPOS DE CE PROGRAMME

Habilitation Nationale
Le master Information et communication est inscrit au Répertoire national des certifications professionnelles (RNCP) sous le numéro 38208.

Domaine : Marque

Parcours : Formation initiale

Durée de la formation
24 mois ou 12 mois (si entrée en 2e année de master)

Rythme de la formation
La 1re année comprend une période de cours au CELSA suivie d'un stage de 3 mois minimum en France ou à l'étranger, ou d'un séjour d'études à l'étranger. La 2e année comprend une période de cours à temps plein au CELSA de mi-septembre à février, suivie d'un stage de 6 mois en France ou à l'étranger.

Tarif
Master 1 : 250 € (frais de scolarité) + 103 € (CVEC) — sauf cas particuliers (statut de boursier, nationalité).
Master 2 en formation initiale : 250 € (frais de scolarité) + 103 € (CVEC) — sauf cas particuliers (statut de boursier, nationalité).
Master 2 en formation continue : 8 600 € avec plusieurs financements possibles (plan de développement des compétences, CPF, Projet de transition professionnelle, financement personnel / co-financement...).

Information et contact
Orientation étudiante et concours formation initiale
Catherine Jolis
catherine.jolis@sorbonne-universite.fr
Orientation et accompagnement en formation continue
lettres-celsa-information-fc@sorbonne-universite.fr
Financement et contrat formation continue
Carine Bansede
carine.bansede@sorbonne-universite.fr

Responsable(s) de Formation



CAROLINE MARTI
Professeure des universités



HÉCATE VERGOPOULOS
Maîtresse de conférences

Coordination pédagogique



MAGDALENA KAWECKA
Coordinatrice pédagogique



MÉGANE TRIDON
Coordinatrice pédagogique

PRÉSENTATION

OBJECTIFS DE LA FORMATION

Le master Marque et 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 sociétales 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, intégration des logiques d'inclusion, évolutions des représentations médiatiques et publicitaires...
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 en activité dans des agences ou entreprises choisis pour leur compétence pédagogique et 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 et les échanges toujours privilégiés grâce à des promotions limitées

Informations non contractuelles - PDF généré le 3/11/2026

(25 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 1re année et d'un mémoire individuel en 2e 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, 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*, de publicité, d'innovations médiatiques et numériques.

PUBLIC

Le master Marque et communication s'adresse :

- aux titulaires d'un diplôme de niveau bac + 3 (180 ECTS ou équivalent) venant notamment des disciplines en sciences humaines et sociales (information communication, histoire, sciences politiques, droit, sociologie, lettres, économie, histoire de l'art...)
- aux étudiantes et étudiants ayant validé la 3e année de la licence Information et communication parcours Marque du CELSA
- en 2e année, aux étudiantes et étudiants titulaires d'un diplôme de niveau bac + 4 (240 ECTS)
- en 2e année, aux personnes qui souhaitent s'engager dans une reprise d'études ou une transition professionnelle, titulaires d'un diplôme Bac + 4 ou équivalent (240 ECTS).

COMPÉTENCES VISÉES

- Appréhender les contextes socio-professionnels, culturels, nationaux et internationaux des acteurs économiques, des organisations et de leurs marques, en information-communication.
- Mobiliser les fondements théoriques en information-communication nécessaires au développement d'une réflexion stratégique de communication globale.
- Identifier, sélectionner et analyser avec esprit critique diverses ressources spécialisées pour documenter un sujet et synthétiser ces données en vue de leur exploitation.
- Conduire une analyse réflexive et distanciée prenant en compte les enjeux, les problématiques et la complexité d'une demande, d'un objectif communicationnel afin de proposer des solutions adaptées et/ou innovantes en respect des évolutions de la règlementation.
- Développer une conscience critique des savoirs dans le domaine de la consommation et des pratiques du marketing et de la communication.
- Concevoir ou piloter une recommandation stratégique et, ou opérationnelle dans le champ de l'information-communication.
- Piloter et déployer un plan d'actions de communication en utilisant les outils et moyens adaptés.
- Conduire un projet (conception, pilotage, coordination d'équipe, mise en œuvre et gestion, évaluation, diffusion) pouvant mobiliser des compétences pluridisciplinaires dans un cadre collaboratif.
- Gérer des contextes professionnels ou d'études complexes et qui nécessitent des approches stratégiques nouvelles.
- Respecter les principes d'éthique, de déontologie et de responsabilité sociale et environnementale.

ORGANISATION ET CALENDRIER DE LA FORMATION

Les cours des 1er et 2e semestres (350h) sont mutualisés en partie avec ceux du master Marque et stratégie de communication. Ils ont lieu trois jours par semaine sur le site du CELSA à Neuilly-sur-Seine.
Le 2e semestre comprend un stage en France ou à l'étranger de 3 mois minimum (à partir du mois de mars), ou un semestre d'études à l'ENSCI - Les Ateliers, ou un séjour d'études à l'étranger (pour les étudiantes et étudiants qui ont fait leur 3e année de licence au CELSA).
Le 3e semestre se déroule au CELSA (350h de cours), suivi du 4e semestre qui comprend un stage en France ou à l'étranger de 6 mois maximum (à partir du mois de février) ou un séjour d'études à l'étranger.
En option

- Intégrer le master 2 Communication en transformation pour s'orienter vers une formation à la recherche fondamentale ou appliquée en sciences de l'information et de la communication après la 1re année de master.
- Réaliser une année de césure entre le 2e et 3e semestre.
- Compléter sa formation à l'étranger en suivant le DU Enjeux internationaux de la communication et du journalisme à l'issue du master.

DÉBOUCHÉS ET CARRIÈRES

Au terme de la formation, les diplômées et diplômés exerceront majoritairement :

- dans une agence ou un cabinet conseil en France ou à l'étranger ;
- au sein du service communication ou du service marketing d'une entreprise en France ou à l'international ou au sein du service communication d'une association soucieuse de promouvoir sa marque ;
- d'autres voies singulières sont parfois choisies en sortie de formation et notamment la prise de responsabilités en institut d'études ou encore l'investissement personnel dans l'entrepreneuriat.

Les métiers les plus fréquents à l'issue de la formation sont ceux de chargé de communication, chef de projet, planneur stratégique, consultants, directrices-directeurs de la communication, *social media* manager etc.

EXEMPLES D'ORGANISATIONS OÙ SE SONT DÉROULÉS DES STAGES

Bayard, BETC Fullsix, BETC Paris, Carré Noir, Guerlain SAS, Hôtel Plaza Athénée, Ipsos France, Kantar TNS-MB, Landor & Fitch, Le Bon Marché Rive Gauche, Maison Mim Press, Marcel, On est prêt, One Yard, OpinionWay, ORES, Publicis Conseil, Publicis et nous Services marketing diversifiés, Roche-Bobois (New York, USA), Théâtre14, W&Cie.

Informations non contractuelles - PDF généré le 3/11/2026

Exemples de missions en stage

DIPLÔME

Cette formation mène à la délivrance du diplôme national de Master Information et communication.
Nombre d'ECTS : 120 (60 par année).

PROGRAMME

Le master se déroule sur 4 semestres.

PREMIÈRE ANNÉE, SEMESTRE 1

Enseignements disciplinaires en SIC et SHS

- SIC et mondes marchands
- Lectures des fondamentaux des SIC et médiations marchandes
- Transition environnementale et communication
- Transition environnementale et communication. Cas pratiques

Enseignements de spécialité

- Analyse et créations publicitaires
- Communication et marketing à l'international
- Expérience consommateur

Enseignements méthodologiques

- Mémoire – atelier de suivi personnalisé
- Mémoire – dossier écrit et soutenance
- Cours de méthodologie générale

Enseignements d'ouverture

- Communication Studies
- Marque et communication (semaine thématique)
- Enseignement au choix (LV2, Sport, projet civique ou associatif...)

PREMIÈRE ANNÉE, SEMESTRE 2

Enseignements disciplinaires en SIC et SHS

- SHS et consommation

Enseignements de spécialité

- Stratégie, marketing et communication
- Challenge
- Management et gestion de projet

Enseignements méthodologiques

- Rapport de stage
- Études qualitatives et quantitatives
- Rhétorique et prise de parole en public

Enseignements d'ouverture

- Communication Studies
- Communication graphique
- Enseignement au choix (LV2, Sport, projet civique ou associatif...)

DEUXIÈME ANNÉE, SEMESTRE 3

Enseignements disciplinaires en SIC et SHS

- SIC et médiations marchandes

Informations non contractuelles - PDF généré le 3/11/2026

- Analyser et comprendre les consommations et les consommateurs
- Organisations, marques et transformations environnementales et sociétales

Enseignements de spécialité

- Management et communication stratégique
- Du planning stratégique à l'orientation créative
- Identité de marque, *branding*, design de marque

Enseignements complémentaires

- Stratégies médiatiques et influence
- Études et méthodes
- Stratégies marketing et performance
- Cours de méthodologie générale
- Atelier de méthodologie

Enseignements d'ouverture

- Communication Studies
- Cultures et culture de marque
- Enseignement au choix (LV2, Sport, projet civique ou associatif...)

DEUXIÈME ANNÉE, SEMESTRE 4

Enseignements disciplinaires en SIC et SHS

- SHS et approches critiques des médias, du numérique et de la consommation
- Diagnostic de marque et de marché

Enseignements de spécialité

- Management de projet et stratégie de marque
- Gestion de projet, *brand management*

Enseignements méthodologiques

- Mémoire – Atelier de suivi
- Mémoire – Dossier écrit et soutenance
- Stage

Enseignements d'ouverture

- Communication Studies
- Enseignement au choix (LV2, Sport, projet civique ou associatif...)

Activités pédagogiques complémentaires (S1 à S4)

- Insertion professionnelle : dispositif CELSA
- Formation à la recherche documentaire
- Conférences du Magistère

ADMISSION

L'accès au master est sélectif. Il faut être titulaire d'un diplôme de premier cycle et avoir réussi le concours d'entrée au CELSA. Les conditions d'accès sont détaillées ici, selon le niveau d'entrée (1re ou 2e année), la voie d'accès et le type de formation (formation initiale ou continue). Des conseils pour préparer le concours sont donnés sur la page « Rejoindre nos formations ».

ENTRÉE EN 1RE ANNÉE DE MASTER (FORMATION INITIALE AVEC STAGE)

Pour accéder à la 1re année de master en formation initiale (avec stage), il faut avoir validé avec succès une formation de 180 ECTS, ou équivalent, et avoir réussi le concours d'entrée au CELSA. Trois voies d'accès au concours sont possibles :

- la plateforme MonMaster
- la Banque d'épreuves littéraires (pour les étudiantes et étudiants de classes préparatoires ayant sélectionné le CELSA)
- le réseau Campus France (pour les étudiantes et étudiants étrangers)

Déroulé du concours
Le concours du CELSA a lieu au printemps de chaque année et est structuré en deux phases.

Informations non contractuelles - PDF généré le 3/11/2026

- La première, dite d'admissibilité, repose sur l'étude du dossier de candidature, évalué selon le niveau académique, la nature des projets personnels, l'expérience professionnelle, l'expérience internationale, le statut éventuel d'étudiante ou étudiant à Sorbonne Université, et la proximité avec les sciences humaines et sociales et plus particulièrement avec les sciences de l'information et de la communication.

NB : Seules les personnes déclarées admissibles par le jury sont convoquées à des oraux d'admission courant mai.

- La seconde, dite d'admission, repose sur un entretien au cours duquel les candidates et candidats répondent devant jury à une question théorique choisie au hasard (20 minutes de préparation) et exposent leur projet d'insertion dans l'école ; le jury évalue alors la capacité d'analyse et de structuration de la pensée, la qualité rhétorique, l'originalité et la pertinence des idées, les exemples et références mobilisées, la motivation et la connaissance de l'École, ainsi que le projet professionnel.

À l'issue du concours, les candidates et candidats admis se voient proposer une place dans le master, qu'elles et ils doivent accepter explicitement, faute de quoi leur place est remise en jeu.
Préparer le concours : bibliographie et conseils

Calendrier du concours et pièces administratives
Les dates d'ouverture, de fermeture et de proclamation des résultats sont données par chacune des plateformes, MonMaster, Banque d'épreuves littéraires et Campus France. La liste des pièces administratives y est également indiquée.
Un calendrier prévisionnel des dates de concours est disponible ici.

ENTRÉE EN 2E ANNÉE DE MASTER (FORMATION INITIALE AVEC STAGE)

Pour accéder à la 2e année de master en formation initiale avec stage, il faut avoir validé avec succès une formation de 240 ECTS, ou équivalent, et avoir réussi le concours d'entrée au CELSA, accessible par :

- la plateforme de concours du CELSA (des frais de dossier s'appliquent)
- le réseau Campus France (pour les étudiantes et étudiants étrangers)

Déroulé du concours
Le concours du CELSA a lieu au printemps de chaque année et est structuré en deux phases.

- La première, dite d'admissibilité, repose sur l'étude du dossier de candidature, évalué selon le niveau académique, la nature des projets personnels, l'expérience professionnelle, l'expérience internationale, et la proximité avec les sciences humaines et sociales et plus particulièrement avec les sciences de l'information et de la communication.
- La seconde, dite d'admission, repose sur un entretien au cours duquel les candidates et candidats s'entretiennent avec les membres du jury, qui les évaluent en fonction de leurs qualités de réflexion, de leur culture générale, de leurs connaissances dans la spécialité, de leurs motivations pour l'orientation choisie, ainsi que de leur personnalité. À l'issue du concours, les candidates et candidats admis se voient proposer une place dans le master, qu'elles et ils doivent accepter explicitement, faute de quoi la place est remise en jeu.

Préparer le concours : bibliographie et conseils

Calendrier du concours et pièces administratives
Les dates d'ouverture, de fermeture et de proclamation des résultats sont données par chacune des plateformes, celle du CELSA et celle de Campus France. La liste des pièces administratives y est également indiquée.
Un calendrier prévisionnel des dates de concours est disponible ici.

ENTRÉE EN 2E ANNÉE DE MASTER (FORMATION CONTINUE)

La 2e année du master est ouverte aux personnes en activité, en reprise d'études ou en transition professionnelle. Pour intégrer la formation, il faut avoir 26 ans ou plus, pouvoir justifier de 3 années d'expérience professionnelle minimum, être titulaire d'un diplôme de niveau bac + 4 (240 ECTS au moins, ou équivalent), candidater et être sélectionné.

Conditions particulières à la Validation des acquis professionnels et personnels (VAPP)
Les candidates et candidats qui ne justifient pas du diplôme demandé (bac + 4) doivent joindre à leur dossier de candidature une demande écrite de VAPP adressée à la direction de l'École (*via* la plateforme concours). Ils et elles doivent toutefois impérativement être titulaires d'un diplôme bac + 2 minimum (120 ECTS) et pouvoir justifier d'une expérience professionnelle de 3 ans minimum en rapport avec la formation visée.
En savoir plus.

Comment candidater
Le dépôt des dossiers de candidature s'effectue sur la plateforme dédiée : https://concours-celsa.sorbonne-universite.fr/*.
La liste des pièces administratives et de celles donnant lieu à évaluation y est indiquée.
** des frais de dossier s'appliquent.*

Calendrier et étapes de la candidature
Découvrir le calendrier prévisionnel des dates de concours ici.

Admissibilité
La commission pédagogique procède à une évaluation sur la base des pièces du dossier de candidature.

Admission
Les candidates et candidats admissibles sont invités à un entretien oral à distance devant un jury composé d'universitaires et de spécialistes issus du monde professionnel. Cet entretien d'une durée de 20 minutes a pour objectif d'apprécier les connaissances, la motivation du candidat ou de la candidate et l'adéquation de son profil au parcours choisi.
Préparer l'admission : bibliographie et conseils

Informations non contractuelles - PDF généré le 3/11/2026