Master Marque et stratégies de 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 en alternance

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 type Erasmus. La 2e année se fait en alternance au CELSA et au sein d'une organisation.

Responsable(s) de Formation



CAROLINE MARTI
Professeure des universités



HÉCATE VERGOPOULOS
Maîtresse de conférences

Coordination pédagogique



MAGDALENA KAWECKA
Coordinatrice pédagogique



MÉGANE TRIDON
Coordinatrice pédagogique

Tarif
Master 1 : 250 € (frais de scolarité) + 103 € (CVEC) — sauf cas particuliers (statut de boursier, nationalité).
Master 2 en alternance : 103 € (CVEC). Les frais de formation (9 000 €) sont pris en charge par l'entreprise signataire du contrat.
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
Catherine Jolis
catherine.jolis@sorbonne-universite.fr
Contrat d'apprentissage
Karine Chevalier
karine.chevalier@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

PRÉSENTATION

OBJECTIFS DE LA FORMATION

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).

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

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 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.

PUBLIC

Le master Marque et stratégies de 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...) et âgés de moins de 29 ans
- 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), âgés de moins de 30 ans (condition obligatoire lors de la signature du contrat d'apprentissage)
- en 2e année, aux professionnels et professionnelles qui souhaitent s'engager dans une reprise d'études ou une transition professionnelle, titulaires d'un diplôme Bac + 4 ou équivalent (240 ECTS). Le rythme de la formation à temps partiel est compatible avec une activité professionnelle.

COMPÉTENCES VISÉES

- Élargir les connaissances sur la communication par une approche théorique qui valorise l'esprit critique.
- Mobiliser les méthodes, concepts et approches en sciences humaines et sociales et sciences de l'information et de la communication.
- Mettre en perspective, analyser et déconstruire les problématiques de communication marchandes dans l'espace public et le champ médiatique grâce aux théories des sciences de l'information et de la communication et des SHS.
- Concevoir des stratégies de communication dans différents domaines et structures et à différentes échelles et temporalités, grâce à une maîtrise des méthodes et des outils nécessaires à leur mise en place.
- Anticiper et accompagner les transformations de la communication marchande des marques dans un environnement complexe.
- Maîtriser les évolutions des pratiques et les innovations liées aux transformations numériques et à l'IA, et élaborer des stratégies de communication digitale.
- Comprendre les enjeux de la communication responsable dans le contexte des transformations sociales et environnementales.

ORGANISATION ET CALENDRIER DE LA FORMATION

Les cours des 1er et 2e semestres (350h) sont mutualisés en partie avec ceux du master Marque et 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).
Les cours des 3e et 4e semestres (350h) se déroulent en alternance, à partir du début du mois de septembre. Les cours ont lieu un jour par semaine au CELSA. Quelques cours intensifs, regroupés sur des semaines complètes réparties pendant l'année universitaire, sont également obligatoires.
>> Télécharger le calendrier détaillé de la 2e année de formation
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 diplômés exerceront :

- dans une agence ou un cabinet conseil en France ou à l'étranger ;
- au sein du service communication d'une entreprise en France ou à l'international ou d'une association ;
- plus rarement dans un institut d'études.

Leurs métiers sont ceux de chargé de communication, chefs de projet, planneurs stratégiques, consultants, directrices ou directeurs de la communication, social media manager, etc.

EXEMPLES D'ORGANISATIONS OÙ SE SONT DÉROULÉES DES ALTERNANCES

Balenciaga, BETC, Buzzman, CB'A, Clarins, Dim, DDB, KR Média, Léo Burnett, Lonsdale, Ogilvy, Petit Bateau, Publicis Conseil, Publicis Live, Ubisoft, Universal Music, Veuve Clicquot.
Exemples de missions en alternance

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

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
- Transition environnementale et communication

Enseignements de spécialité

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

Enseignements méthodologiques

- Travail d'études et de recherche
- Cours de méthodologie générale

Enseignements d'ouverture

- Communication Studies
- 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 avec l'Institut Français de la Mode

Enseignements méthodologiques

- Rapport de stage
- Études (qualitatives et quantitatives)

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, SHS et mondes marchandes
- Sémiologie appliquée aux mondes marchands
- Approches critiques du numérique

Enseignements de spécialité

- Design thinking
- Branding
- Stratégie de communication

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

Enseignements complémentaires

- Planning stratégique
- Techniques d'audit et tests utilisateur
- Cours de méthodologie générale

Enseignements d'ouverture

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

DEUXIÈME ANNÉE, SEMESTRE 4

Enseignements disciplinaires en SIC et SHS

- Tendances, marques et communication
- Marques et médias
- Stratégies marketing

Enseignements de spécialité

- Prospective
- Marques et transition socio-environnementale
- Communication et économie sociale & solidaire

Enseignements méthodologiques

- Mémoire – Atelier de suivi

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.

- 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.

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

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 EN ALTERNANCE)

Pour accéder à la 2e année de master en alternance, il faut avoir validé avec succès une formation de 240 ECTS, ou équivalent, être âgée ou âgé de moins de 30 ans, 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'Ecole (*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