PANTHÉON-ASSAS
UNIVERSITÉ
PARIS

FORMATIONS : DROIT • SCIENCES POLITIQUES
ÉCONOMIE • GESTION • INFORMATION - COMMUNICATION

MASTER MARKETING, VENTE PARCOURS MARKETING ET COMMUNICATION / MC2

2024/2025

Direction: Mme Virginie PEZ
Masters en Gestion - Gestion

DIPLÔME DÉLIVRÉ:
Master

DURÉE DES ÉTUDES:
2 ans

MODALITÉS D'ENSEIGNEMENT:
Formation initiale en apprentissage

► PRÉSENTATION

Former des étudiants aux métiers du marketing et de la communication des entreprises (communication publicitaire, promotionnelle, interactive, événementielle, communication interne, digitale).

► ADMISSION

NIVEAU D'ENTRÉE:
Bac +3 ou Bac +4

► PROFIL RECOMMANDÉ

Pour la rentrée 2024-2025 :

Attendus :
Le Master MC2 est accessible en 1re année(M1) pour les étudiants titulaires d'une L3 en sciences de gestion, sciences économiques, droit privé, ou de diplômes des grandes écoles de commerce, d'ingénieur ou d'IEP. Le Master MC2 est également ouvert aux titulaires de L3 d'autres disciplines, notamment en sociologie, psychologie, histoire, lettres, philosophie, pharmacie, médecine, architecture ou sciences de l'ingénieur, qui souhaiteraient se spécialiser en marketing et communication.

Critères généraux d'examen des candidatures
Les critères d'examen des candidatures sont relatifs à l'excellence du dossier académique, à la pertinence des expériences professionnelles antérieures, aux motivations et à la personnalité du candidat, ainsi qu'à la cohérence du projet professionnel vis-à-vis du positionnement du Master.

Modalités d'examen des candidatures
Le processus de sélection est en 2 étapes : admissibilité sur dossier (1re étape), admission après entretien le cas échéant (2e étape).

Voir Capacités d'accueil et modalités d'accès

► PROGRAMME

1re année (M1), Formation initiale en apprentissage - Semestre 1 - 258h (180h CM + 78h TD), 30 ECTS
UEF 1 (coef.1) (20 ECTS)
3 matières obligatoires

- Stratégie I : outils d'analyse (CM : 36h et TD : 15h) – 7 ECTS
- Action managériale (CM : 36h et TD : 15h) – 7 ECTS
- Contrôle de gestion et finance d'entreprise (CM : 36h et TD : 15h) – 6 ECTS

UEC 1 (coef.1) (10 ECTS)

3 matières obligatoires

- Études et recherche en gestion (analyse des données) (CM : 36h et TD : 15h) – 5 ECTS
- Introduction générale au droit (CM : 36h) – 3 ECTS
- Anglais (TD : 18h) – 2 ECTS

1re année (M1), Formation initiale en apprentissage- Semestre 2 - 195h (162h CM + 33h TD), 30 ECTS

UEF 2 (coef.1) (18 ECTS)
3 matières obligatoires

- Fondamentaux du marketing (CM : 18h) – 3 ECTS
- Stratégie clients (CM : 36h) – 5 ECTS
- Sociologie et cultures de consommation (CM : 36h) – 5 ECTS
- Projet collectif de recherche en gestion (TD : 15h) – 5 ECTS

UEC 2 (coef.1) (12 ECTS)
2 matières obligatoires

- Études marketing (CM : 36h) - 5 ECTS
- Relations B to B : fondements et pratiques (CM : 36h) - 5 ECTS
- Anglais (TD : 18h) – 2 ECTS

Total 1ère année de Master :

Volume horaire : 453h (342h cours + 111h TD)
ECTS : 60

PANTHÉON-ASSAS
UNIVERSITÉ
PARIS

FORMATIONS : DROIT • SCIENCES POLITIQUES
ÉCONOMIE • GESTION • INFORMATION - COMMUNICATION

2e année (M2), Formation initiale en apprentissage - 424h/étudiant (total : 524h), 60 ECTS

Module 1 : Les fondamentaux du marketing et de la communication (65h) (8 ECTS)

- *Business game* et notions fondamentales en marketing (30h)
- Écosystème du secteur de la communication (20h)
- Théories de la communication (15h)

Module 2 : Droit et marketing (50h) (8 ECTS)

- Droit de la *data* (25h)
- Droit de la communication (5h)
- Droit des contrats appliqués au numérique (10h)
- Droit de la propriété intellectuelle (10h)

Module 3 : Stratégies marketing digitales (70h) (10 ECTS)

- Marketing digital (50h)
- Relations clients digitales (20h)

Module 4 : Stratégies médias (70h) (10 ECTS)

- Économie et stratégie des médias (20h)
- Mesures d'audience (14h)
- Média planning (20h)
- Initiation aux outils de PAO (16 h)

Module 5 (une option à choisir parmi les deux propositions) (60h) (8 ECTS) :
Option 1 : Stratégies de communication

- Communication des entreprises : stratégies et mise en oeuvre (26h)
- Communication responsable (20h)
- Techniques de créativité (14h)

Option 2 : *Data marketing intelligence (60h)*

- *Learning* et algorithmique (30h)
- Systèmes d'information orientés *data* (30h)

Module 6 : Études de cas et grands témoins (85h) (6 ECTS)

- *Master class* (20h)
- Conférences de professionnels et grands témoins (25h)
- Une option à choisir entre (20h) :

- Option 1 : Étude de cas – données de panels (20h)
- Option 2 : *Data challenge* (20h)

Une option à choisir entre (20h) :

- Option 1 : Compétition publicitaire (20h)
- Option 2 : *Data marketing science (20h)*

Module 7 : Méthodologie de recherche appliquée (24h) (2 ECTS)
Méthodologie de la recherche/Analyse de la littérature/méthode de collecte et d'analyse des données

Mémoire de fin d'année (10 ECTS)
Suivi personnalisé tout au long de l'année dans lequel les enseignants concernés encadrent la bonne réalisation du mémoire
Tutorat des apprentis (10h par apprenti)

Volume horaire global (hors tutorat) : 524h
Volume horaire par étudiant : 424h
60 ECTS

► DÉBOUCHÉS

Chef de publicité junior en agence, chargé de communication externe et interne, chef de produit, chef de marque, chargé d'études, consultant, chef de projets e-commerce, chef de projets digital, responsable marketing opérationnel, planneur stratégique, *project manager digital*, *digital manager*, chargé de communication éditorial web, *community manager*, etc.

► CONTACT

Directrice du Master MC2 en apprentissage

Virginie PEZ

Codinatrice du programme Master MC2 en apprentissage
Constance GIRARDOT
Université Paris-Panthéon Assas
Centre Guy-de-la-Brosse
1 rue Guy de la Brosse
75005 Paris
Tél : +33 (0)1 83 97 68 28

Scolarité de Master

► PLUS D'INFORMATIONS

http://www.assas-universite.fr/fr/formations/offre-de-formation/master-marketing-vente-parcours-marketing-communication-mc2

► CLASSEMENT 2023

Le **master Marketing et Communication des Entreprises** est classé 1er dans la catégorie Corporate Communication, Western Europe