



Master Marketing, vente parcours Marketing et communication

5288P

Le Master Marketing et communication propose un **enseignement de haut niveau, spécialisé en marketing et communication**.

Depuis sa création, le master Marketing et communication donne toutes les clés de raisonnement pour intégrer le marché du travail et continuer de s'adapter et progresser tout au long de la carrière.

La formation propose des cours renforcés pour comprendre et accompagner la digitalisation des entreprises, en intégrant notamment des cours approfondis en **digital, droit et data & IA**, qui scellent les caractères distinctifs du Master. Par ailleurs, la formation a considérablement évolué ces dernières années pour intégrer au cœur de la formation, dans l'ensemble des cours, les enjeux de **marketing durable et de communication responsable**.

Le Master est proposé exclusivement en **apprentissage**. Cette alternance entre des cours à l'Université et des missions en entreprise est l'un des atouts du diplôme et le positionne comme une **référence dans son domaine**. La formule de l'apprentissage, en associant formation « théorique » à l'Université et « pratique » en entreprise, permet aux étudiants d'appliquer directement les acquis universitaires et d'acquérir une solide expérience professionnelle. Il renforce l'intégration des étudiants en entreprise et **facilite l'obtention d'un premier emploi**.

Intégrer le master Marketing et communication, c'est :

Rejoindre une **communauté** active de plus de 1 000 étudiants et alumni qui ont déjà fait confiance au master Marketing et communication depuis 1999

Suivre une **formation académique de pointe**

Bénéficier de l'expertise d'une **équipe enseignante sur mesure** composée d'universitaires mais aussi de professionnels reconnus du secteur ;

Être acteur de sa formation, en participant à des études de cas, des compétitions proposées par des partenaires prestigieux, un voyage d'études à l'étranger, des projets collectifs de valorisation du master...

[MC2](#)

Directrice du master Marketing et communication en apprentissage

[Virginie PEZ](#)

Directeur du master 1

[Amélie BLUM](#)

Coordnatrice du programme master Marketing et communication en apprentissage

[Véronique HAZZAA](#)

Université Paris-Panthéon Assas

[Centre Guy-de-la-Brosse](#)

1 rue Guy de la Brosse

75005 Paris

Tél : 01 83 97 68 28

[Scolarité de master](#)

Classement 2025

Pour la deuxième année consécutive, le Master Marketing et Communication est classé **1er meilleur Master dans la catégorie Communication du classement Eduniversal 2025**.



Rythme d'alternance

En 1re année :

- > Semestre 1 : 2,5 jours en entreprise et 2,5 jours à l'université
- > Semestre 2 : 3 jours en entreprise et 2 jours à l'université, à plein temps à partir de mi-juin

En 2e année :

- > Mois de septembre : à plein temps à l'université
- > 3 jours en entreprise et 2 jours à l'université, à plein temps à partir d'avril

Master Marketing, vente Marketing et communication

[Université Paris-Panthéon-Assas](#)

[Gestion](#)

[Mme Virginie PEZ](#)

[Masters en Gestion](#)

[Centre Guy-de-la-Brosse / Maison des Sciences de Gestion](#)

[Master](#)

2 ans

[Formation initiale en apprentissage](#)

Laboratoires partenaires

[Laboratoire de recherche en sciences de gestion de l'Université Panthéon-Assas \(LARGEPA\)](#)

Entreprises partenaires

- > Association des Agences Conseils en Communication (AACC) (partenaire historique de la formation)
- > L'Institut de Recherche et d'Études Publicitaires (IREP)
- > Centre d'étude des supports de publicité (CESP)
- > Médiamétrie
- > GroupM
- > La Chambre des Employés Privés du Luxembourg, CEPL (en formation continue)

[Français](#)

[Bac +3 ou Bac +4](#)

Pour la rentrée 2024-2025 :

Attendus :

Le master marketing et communication 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 marketing et communication 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 2025-2026

Texte de référence :

*Le règlement des études de master s'applique à tous les diplômés de master.
Cependant, les règles spécifiques énoncées dans la maquette prévalent sur ce règlement général.*

1^{re} année (M1)

Semestre 1, 278h, 30 ECTS

UEF 1

- > Stratégie : outils d'analyse
- > Contrôle de gestion et finance d'entreprise
- > Études et recherche en gestion (analyse des données)
- > Fondements du marketing – matière spécifique au parcours

UEC 1

- > Action managériale
- > Droit de l'entreprise
- > Management et développement durable
- > Anglais des affaires

Semestre 2, parcours Master marketing et communication, 192h, 30 ECTS

UEF 2

- > Fondamentaux du marketing
- > La fonction marketing : écosystème et parties prenantes
- > Sociologie et culture de consommation
- > Projet collectif de recherche en gestion

UEC 2

- > Stratégie clients
- > Relations B to B : fondements et pratiques
- > Utilisation responsable des outils d'IA générative
- > Anglais des affaires et préparation TOEIC
- > Visites d'entreprises

2^e année (M2)

450h 60 ECTS

Module 1 - Fondamentaux du marketing et de la communication

- > Séminaire d'intégration
- > *Business game* et notions fondamentales en marketing
- > Écosystème du marketing et de la communication
- > Théories de la communication

Module 2 - Droit pour le marketing

- > Droit de la data
- > Droit des contrats appliqués au numérique
- > Droit de la propriété intellectuelle
- > Droit de la communication

Module 3 - Stratégies marketing

MISSION ORIENTATION EMPLOI

Université Paris-Panthéon-Assas, Centre Assas, 92 rue d'Assas, 75006 PARIS - Tél. +33 (0)1 44 41 58 75 - cio@u-paris2.fr
Informations susceptibles d'être modifiées par les conseils de l'université



- > Marketing digital
- > Marketing décarboné et communication responsable
- > Relation client dans un monde digital

Module 4 - Communication (EXPERT)

- > Stratégie médias et média programmatique
- > Communication et réseaux sociaux
- > Mesure d'audience
- > Compétition publicitaire

Module 5 - Data marketing intelligence (EXPERT)

- > Data analyse pour le marketing
- > Systèmes d'information orientés data
- > Marketing et IA
- > Data Challenge

Module 6 - Conférences grands témoins et méthodologie

- > Conférences grands témoins
- > Méthodologie de la recherche
- > Projet collectif de recherche
- > Visites d'entreprises
- > *Learning expedition*

Mémoire de fin d'année : rapport et soutenance

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.