



Master 2 Marketing, vente parcours Marketing et communication (MC2) (Formation continue)

M2 Marketing et communication de Paris Panthéon-Assas (MC2)

cfp.assas-universite.fr

Ouverture des candidatures

Les candidatures sont ouvertes jusqu'au 19 septembre.

Les personnes dont le dossier aura été retenu par la commission seront invitées à un entretien individuel de sélection.

Contact

[Ophélie PIRAS](#)

Tél. + 33 (0)1 53 63 86 20

Courriel : ophelie.piras@assas-universite.fr

Coût de la formation

7 000 € + droit d'inscription à l'université

Certifications

Numéro RNCP : 35907

Ce diplôme est éligible au [Compte Personnel de Formation](#) (CPF)



Classement 2021

Le **Master 2 Marketing, vente parcours Marketing et communication (MC2)** est classé [22e dans la catégorie Corporate Communication, Western Europe](#) - Top 200 - Regional Ranking within the 9 geographical zones ([Eduniversal Best Masters ranking worldwide](#)).

TÉMOIGNAGES

- > [Hélène DIEZ](#) - chargée de communication chez EDF
- > [Alexandre JEZIORSKI](#) - Directeur des projets digitaux chez Century 21
- > [Frédéric VAULPRÉ](#) - Intervenant du cours "Analyse stratégique des médias et des acheteurs digitaux"



> [Virginie PEZ - Intervenante du cours "Relation client digital"](#)

Master 2 Marketing, vente (Formation continue)

Marketing et communication (MC2)

[Université Paris-Panthéon-Assas](#)

[Gestion](#)

[Mme Virginie PEZ](#)

[Masters en Gestion](#)

[Master](#)

1 an (à partir de septembre)

Le Master MC2 – Marketing et Communication d’Assas propose un enseignement de haut niveau, spécialisé en marketing et communication. Depuis sa création, le master MC2 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 formation continue et s’adresse donc à des professionnels ayant au moins 2 ans d’expériences. L’organisation des cours permet de conserver une activité professionnelle tout en acquérant de solides connaissances universitaires. Cette formule est l’un des atouts du diplôme et le positionne comme une référence dans son domaine.

Intégrer le Master MC2, c’est :

- > Suivre une formation académique de pointe
- > Bénéficier de l’expertise d’une équipe enseignante sur mesure composée d’universitaires mais aussi de professionnels du secteur qui assurent 60% des enseignements
- > Intégrer une promotion à taille humaine
- > Être acteur de sa formation, en participant à des études de cas et des travaux de groupes

Le Master MC2 est une formation en formation continue d’un an qui permet d’obtenir directement un Master 2. Il est ouvert aux personnes qui ont déjà une expérience du marketing et de la communication mais qui ont besoin de parfaire leurs connaissances afin de pouvoir mieux évoluer au sein de la profession.

La diversité des profils fait la richesse du Master MC2. Nous vous attendons !

Équipe pédagogique

Virginie PEZ est professeure des universités à l’Université Paris Panthéon-Assas. Elle est titulaire d’un doctorat (Université Paris-Dauphine, 2010), d’une habilitation à diriger des recherches (Université Panthéon-Assas, 2018) et lauréate du concours d’agrégation des universités en sciences de gestion (2022).

Après une expérience professionnelle en cabinet de conseil (BearingPoint), elle rejoint l’Université Panthéon-Assas en tant que Maître de Conférences en 2013, ainsi que plus tard, l’Ecole Polytechnique où elle exerce à temps partiel depuis 2018. Suite au concours d’agrégation, elle est nommée Professeure à l’Université Paris 8 avant de revenir exercer deux ans plus tard à l’Université Panthéon-Assas où elle dirige le Master Marketing et Communication d’Assas (Master MC2) et le Master Marketing et Technologies Digitales (Master MTD). Depuis 2025, elle est également Vice-Présidente de l’Université en charge des partenariats et des liens avec le monde professionnel.

Ses recherches portent sur le comportement des consommateurs, la fidélisation et l’expérience client, en particulier en lien avec le numérique, les nouvelles technologies, les données de masse et l’intelligence artificielle. Elle est l’auteur de plusieurs ouvrages et publications académiques et professionnelles dans ces domaines.

Sébastien JUMEL est docteur en sciences de gestion. Il a eu différentes expériences professionnelles dans le conseil et la finance avant d’intégrer EDF afin d’y créer une entité de *corporate venture*. Il a ensuite exercé différentes responsabilités



au sein du groupe EDF, que ce soit dans des fonctions commerciales avec la direction de la région Île-de-France, dans des fonctions au cabinet de la présidence et plus récemment en tant que directeur marketing du marché des particuliers. Il a rejoint EDELIA, filiale d'EDF spécialisée dans les téléservices, les objets connectés et le big data, au 1er mai 2014 en tant que directeur général. Il est professeur associé de l'université Paris Panthéon-Assas.

Philippe TASSI est directeur-général adjoint de Médiamétrie depuis 1994 et professeur associé à l'Université Paris-Panthéon-Assas.

Frédéric VAULPRÉ est vice-président development & partnerships MicroWorld. Frédéric possède une triple expérience : le monde publicitaire, les médias et les nouveaux supports (internet, téléphonie). Il a commencé sa carrière comme chef de publicité junior chez McCann-Erickson à Londres. Il a travaillé pendant 5 ans au sein de l'AACC comme responsable du développement. Il intègre le groupe Canal+ en 1997 rapidement, Frédéric est nommé à la direction du développement international du groupe Canal+ pour la régie publicitaire. En 2003, Frédéric est nommé directeur commercial partenariats au sein de Canal+ Régie. De 2006 à 2008, Frédéric est directeur commercial Vidéo France de Studio Canal. En mars 2008, il rejoint Orange comme directeur marketing Europe pour les activités TV. En septembre 2010, Frédéric se lance dans l'aventure entrepreneuriale pour lancer MicroWorld, un réseau social solidaire, dont l'objectif est de devenir la première plate-forme internet européenne de micro-crédit. Frédéric est diplômé en Marketing de l'European Business School et titulaire d'un MBA de l'ESSEC. Il a participé à la rédaction et à la publication des ouvrages « La Communication Efficace 1 & 2 » publiés chez DALLOZ. Frédéric intervient dans le Master depuis 2005. Depuis 2007, il enseigne également à la Chaire Media & Entertainment de l'ESSEC.

François LE CORRE, fondateur de ROUND DATA, société de conseil spécialisé dans la stratégie Data et IA. Il a eu l'opportunité dans un premier temps de développer la connaissance client et la data science de Bouygues Telecom ainsi que diriger les activités CRM et Data d'une société conseil en fidélisation. Ensuite, il a Dirigé la practice Data Science de Velvet Consulting pendant 6 ans, et enfin intégré le groupe Havas Media pour diriger les opérations de 2 de ses agences, avant de créer sa société ROUND DATA. François intervient en tant que maître de conférence associé à Paris Panthéon Assas, mais intervient également dans plusieurs autres écoles et universités dans le domaine de la Data et de l'IA : WebschoolFactory, SKEMA et l'Ecole Polytechnique.

Bac +4

Salarié ou demandeur d'emploi, titulaire d'un bac +4 et justifiant d'au moins trois ans d'expérience professionnelle. Pour les candidats non-titulaires d'un bac+4, la VAPP 85 sera mise en œuvre dans cette formation selon les dispositions réglementaires :

- > Bac +3 et 5 ans d'expérience professionnelle
- > Bac+ 2 et niveau inférieur et 6 à 10 ans d'expérience professionnelle.

Cette formation est idéale pour des personnes qui ont déjà une expérience du marketing et de la communication mais qui ont besoin de parfaire leurs connaissances afin de pouvoir mieux évoluer au sein de la profession et ainsi être en mesure d'exercer, à moyen terme de hautes responsabilités en agence ou chez l'annonceur.

Les cours se déroulent sur un an.

Les enseignements ont lieu le vendredi après-midi et le samedi matin (des cours les mardi et mercredi soir peuvent avoir lieu).

Il est en outre impératif d'adhérer explicitement à l'ensemble du dispositif pédagogique de la formation.

UE 1 (coef.1)

Module 1 - Fondamentaux du Marketing et de la Communication (46h)

4 enseignements obligatoires :

- > Séminaire d'intégration (6h)
- > Business Game et Notions fondamentales en Marketing (30h)
- > Ecosystème du marketing et de la communication (10h)

UE 2 (coef.1)



Module 2 - Droit pour le Marketing (25h)

4 enseignements obligatoires :

- > Droit de la Data (10h)
- > Droit des contrats appliqués au numérique (5h)
- > Droit de la propriété intellectuelle (5h)
- > Droit de la communication (5h)

UE 3 (coef.1)

Module 3 - Stratégies Marketing (40h)

3 enseignements obligatoires :

- > Marketing Digital (20h)
- > Marketing décarboné et communication responsable (10h)
- > Relation client dans un monde digital (10h)

UE 4 (coef.1) (9 ECTS)

Module 4 - Communication (EXPERT) (50h)

4 enseignements obligatoires :

- > Stratégie Médias et média programmatique (10h)
- > Communication et réseaux sociaux (10h)
- > Mesure d'audience (10h)
- > Compétition publicitaire (20h)

UE 5 (coef.1)

Module 5 - Data Marketing Intelligence (EXPERT) (30h)

4 enseignements obligatoires :

- > Data analyse pour le marketing (10h)
- > Systèmes d'information orientés Data (10h)
- > Marketing et IA (10h)

UE 6 (coef.1)

Module 6 - Conférences Grands Témoins et Méthodologie (40h)

4 enseignements obligatoires :

- > Conférences grands témoins (dont conférences en anglais) (30h)
- > Méthodologie de la recherche (10h)

Mémoire de fin d'année : rapport et soutenance

Volume horaire global 231h.

Secteur de la communication, des médias et des études de marché, ainsi que toutes les entreprises proposant une fonction marketing.

Ce diplôme permet aux étudiants de se diriger vers des postes de cadre en entreprise (agence de communication, chez l'annonceur, cabinet d'étude). Il permet notamment de postuler aux emplois suivants :

Métiers en lien avec la communication :

- > Chef de publicité
- > Planneur stratégique
- > Chargé de communication
- > Responsable communication interne
- > Média planneur

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



- > Responsable régie publicitaire

Métiers en lien avec la marque :

- > Chef de produit
- > Responsable de marque
- > Responsable du développement de contenu autour de la marque (brand content)
- > Responsable de projet 360°
- > Responsable des indicateurs de pilotage (KPI Management)
- > Responsable contenu multicanal

Métiers en lien avec le digital :

- > Community manager
- > Responsable e-réputation
- > Gestion des ambassadeurs, blogueurs, influenceurs
- > Responsable digital management

Métiers en lien avec l'innovation et la prospective :

- > Chargé d'études
- > Chargé de gestion base de données (data mining)
- > Responsable planning stratégique / veille concurrentielle

Témoignages

« Rédacteur en chef de plusieurs sites internet d'actualité, j'avais touché à la problématique du marketing au cours de ces différentes expériences. Analyser les besoins des lecteurs, utiliser l'ensemble des moyens d'action pour influencer leur comportement... voilà quelques pratiques courantes effectuées avec les équipes au quotidien. Pour moi, il s'agissait de marketing. Mais au moment de troquer mon costume de journaliste pour celui de « marketeux », je me suis heurté aux visions assez étroites de certain(e)s DRH. Le monde professionnel où l'on pratiquait le marketing au quotidien se refusait à moi. J'ai donc décidé de proposer mon dossier au Master marketing et communication des entreprises à l'université Paris 2. »

« Une initiative enrichissante intellectuellement, professionnellement, humainement. Impossible de résumer une année entière en quelques lignes. Mais cette formation m'a beaucoup appris : techniques, réflexions stratégiques, esprit d'analyse, etc. J'ai trouvé dans ce master un enseignement de qualité, grâce à de nombreux intervenants variés issus notamment du monde de l'entreprise. Enfin, je retiendrais les nombreux travaux collectifs qui ont permis de rendre cette formation humaine et solidaire. »

« Le master 2 Marketing et communication des entreprises offre un programme pédagogique complet sur ces deux domaines et colle à l'actualité digitale. Il propose de nombreux travaux en groupes qui permettent de développer une cohésion forte entre étudiants. La formation impose exigence et rythme soutenu qui sont largement compensés par la richesse des interventions des enseignants, la disponibilité de l'ensemble de son équipe et le plaisir de se remettre sur les bancs de l'université. »

« Sur un plan personnel le Master 2 Marketing et Communication suivi à Paris 2 en 2017 a été un véritable tremplin. Dans un contexte professionnel quelque peu en péril – poste menacé, 25 ans d'expérience et sans diplôme reconnu – la situation était loin d'être confortable. Suivre cette formation était une belle opportunité à saisir. Le rythme est dense bien sûr mais la qualité de la promo et celle de l'enseignement ont su insuffler une dynamique et une motivation incroyable. Cette année nous a à tous injecté de nouvelles envies. Nous sommes tous allés au bout, les uns plus facilement que les autres, mais toujours en groupe et soutenu par le corps enseignant. Quelques semaines après la remise du diplôme, nous étions déjà tous enrichis de nouveaux projets, de nouvelles fonctions, de nouveaux postes, de nouvelles aspirations. »

« Attachée commerciale dans l'hôtellerie de luxe, Chef de produit dans les télécoms puis Chargée de clientèle dans les assurances, j'ai alterné des fonctions en marketing et en commercial. Ma dernière expérience était plutôt sur des fonctions de vente. J'avais à cœur de me recentrer sur des métiers du marketing et de la communication. Après mon congé parental,



j'ai eu un déclic : pourquoi ne pas reprendre des études ? C'est ce que j'ai fait en intégrant le Master Marketing et Communication des Entreprises de l'Université Paris-Panthéon-Assas. J'ai choisi cette formation car c'est celle qui était le plus en phase avec mon projet professionnel et je voulais être opérationnelle très rapidement. J'ai pu, de ce fait, mettre mes connaissances à jour grâce aux enseignements riches et variés et même de d'aller à la découverte des nouveaux métiers du digital. L'équipe enseignante, composée de professeurs et d'intervenants professionnels, est un véritable atout car nous abordons des sujets passionnants et actuels, pile dans la tendance dans les domaines du marketing et de la communication : les objets connectés, les réseaux sociaux, le Big Data, etc. »

« Ma formation initiale m'a amené à évoluer au sein du Groupe Renault dans les fonctions Distribution et Marketing depuis 2005. Afin de monter en responsabilité et dynamiser mon employabilité, j'ai souhaité reprendre les études en formation continue pour renforcer mes compétences sur l'ensemble du mix marketing, mais surtout me mettre à niveau des nouveaux leviers de communication dans un monde désormais digitalisé et connecté. J'ai choisi le Master 2 Marketing et Communication des Entreprises de l'Université Paris-Panthéon-Assas pour la qualité de l'équipe enseignante et l'équilibre entre les apports académiques et professionnels. Points forts qui m'ont notamment été recommandés par des collaborateurs apprentis, issus du Master en formation initiale. Par ailleurs, les entreprises partenaires et le label IAB sont un gage de confiance et attestent la qualité du contenu de la formation. Diplômée du Master MCE depuis mars 2018, cette prise de recul dans mon parcours m'a permis de redonner de l'élan à ma carrière. Dès le mois de mai, j'ai rejoint le département Événementiel de marques au sein de la Direction Marketing et Communication du Groupe. Je me sens mieux armée pour relever mes challenges professionnels et participer activement aux grands défis auxquels le secteur de la Communication fait face. La formation continue est un extraordinaire moyen de gagner en efficacité professionnelle. S'extraire de son activité pour enrichir ses connaissances et mettre en perspective les enseignements est un véritable levier pour prendre de la hauteur et structurer sa pensée. C'est aussi le moyen de se remettre en question et bénéficier de l'intelligence collective dans un environnement exigeant et bienveillant. L'organisation est clé pour la réussite de ce diplôme afin de concilier ses vies professionnelle, étudiante et personnelle. Mais si l'investissement personnel est important, le retour sur investissement l'est encore plus ! A tous les futurs étudiants, je vous souhaite une très belle et riche expérience. » Lucie LM

<https://candidatures-cfp.u-paris2.fr/campagne-info?view=programme&cid=232>

Dossier de candidature

Cliquer ici pour déposer votre dossier de candidature en ligne.