PANTHÉON-ASSAS
UNIVERSITÉ
PARIS



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

MASTER MARKETING, VENTE PARCOURS MARKETING ET COMMUNICATION

2026-2027

Direction : Virginie PEZ

Diplôme délivré :
Master

Durée des études :
2 ans

Modalités d'enseignement :
Formation initiale en apprentissage

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...

INFORMATIONS COMPLÉMENTAIRES

PANTHÉON-ASSAS UNIVERSITÉ PARIS



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

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)

ADMISSIONS

Pour la rentrée 2026-2027 :

Accès bac+3 : Capacités d'accueil et modalités d'accès

Attendus :

Le Master Marketing et communication est accessible en 1ère 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 (1ère étape), admission après entretien le cas échéant (2ème étape).

> Voir capacités d'accueil et modalités d'accès

PROGRAMME

Programme 2026-2027

Texte de référence :



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

1ère année

Formation initiale en apprentissage

Matières	Volume horaire CM	Volume horaire TD	Modalités d'évaluation	Barème
SEMESTRE 1	**210**	**60**		
UEF1				
Stratégie : outils d'analyse	30h	15h	CM : Ecrit 4h TD : CC	20 20
Contrôle de gestion et finance d'entreprise	36h	15h	CM : Ecrit 3h TD : CC	20 20
Études et recherche en gestion (analyse des données)	36h	15h	CM : Ecrit 3h TD : CC	20 20
Fondements du Marketing	20h	15h	CM : Ecrit 4h TD : CC	20 20
UEC1				
Action managériale	30h		CC : Ecrit, oral, projet, ou toute combinaison de ces cas	20
Droit de l'entreprise	30h		Oral ou écrit	20
Management et Développement Durable	18h		CC : Ecrit, oral, projet, ou toute combinaison de ces cas	20
Rencontres du LARGEPA : Gestion & Société	10h		Non évalué	
SEMESTRE 2	**176**	**24**		
UEF2				
Fondamentaux du Marketing	24h		Ecrit, oral, CC, ou toute combinaison de ces cas	20
La fonction Marketing : écosystème et parties prenantes	24h		Ecrit, oral, CC, ou toute combinaison de ces cas	20
Sociologie et culture de consommation	24h		Ecrit, oral, CC, ou toute combinaison de ces cas	20
Projet collectif de Recherche en Gestion	24h		Ecrit, oral, CC, ou toute combinaison de ces cas	20
UEC2				



Stratégie Clients	30h		Ecrit, oral, CC, ou toute combinaison de ces cas	20
Relations B to B : fondements et pratiques	30h		Ecrit, oral, CC, ou toute combinaison de ces cas	20
Utilisation responsable des outils d'IA générative	11h		Ecrit, oral, CC, ou toute combinaison de ces cas	20
Anglais des affaires et préparation TOEIC		24h	Ecrit, oral, CC, ou toute combinaison de ces cas	20
Visites d'entreprises	9h		Non évalué	

Règles spécifiques

Les étudiants peuvent effectuer un séjour à l'étranger d'une durée d'un semestre.

2ème année

Formation initiale en apprentissage

Matières	**Volume horaire CM**	**Modalités d'évaluation**	**Barème**
Module 1 - Fondamentaux du Marketing et de la Communication	**78h**		**20**
Séminaire d'intégration	6h	Non évalué	
Business Game et Notions fondamentales en Marketing	30h	Ecrit, oral, CC, ou toute combinaison de ces cas	20
Ecosystème du marketing et de la communication	22h	Ecrit, oral, CC, ou toute combinaison de ces cas	20
Théories de la communication	20h	Ecrit, oral, CC, ou toute combinaison de ces cas	20
Module 2 - Droit pour le Marketing	**50h**		**20**
Droit de la Data	25h	Ecrit, oral, CC, ou toute combinaison de ces cas	20
Droit des contrats appliqués au numérique	10h	Ecrit, oral, CC, ou toute combinaison de ces cas	20
Droit de la propriété intellectuelle	10h	Ecrit, oral, CC, ou toute combinaison de ces cas	20
Droit de la communication	5h	Non évalué	



Module 3 - Stratégies Marketing	**72h**		**20**
Marketing Digital	36h	Ecrit, oral, CC, ou toute combinaison de ces cas	20
Marketing décarboné et communication responsable	18h	Ecrit, oral, CC, ou toute combinaison de ces cas	20
Relation client dans un monde digital	18h	Ecrit, oral, CC, ou toute combinaison de ces cas	20
Module 4 – Communication	**72h**	Grand écrit	**20**
Stratégie Médias et média programmatique	27h	Ecrit, oral, CC, ou toute combinaison de ces cas	20
Communication et réseaux sociaux	9h	Ecrit, oral, CC, ou toute combinaison de ces cas	20
Mesure d'audience	18h	Ecrit, oral, CC, ou toute combinaison de ces cas	20
Compétition publicitaire	18h	Ecrit, oral, CC, ou toute combinaison de ces cas	20
Module 5 – Data Marketing Intelligence	**72h**	**Ecrit ou oral**	**20**
Data analyse pour le marketing	18h	Ecrit, oral, CC, ou toute combinaison de ces cas	20
Systèmes d'information orientés Data	18h	Ecrit, oral, CC, ou toute combinaison de ces cas	20
Marketing et IA	18h	Ecrit, oral, CC, ou toute combinaison de ces cas	20
Data Challenge	18h	Ecrit, oral, CC, ou toute combinaison de ces cas	20
Module 6 – Conférences Grands Témoins et Méthodologie	**106h**	**Contrôle continu**	**20**
Conférences grands témoins	30h	Ecrit, oral, CC, ou toute combinaison de ces cas	20
Méthodologie de la recherche	24h	Non évalué	
Projet collectif de recherche	18h	Ecrit, oral, CC, ou toute combinaison de ces cas	20
Visites d'entreprises	9h	Non évalué	
Learning Expedition	25h	Non évalué	



Module 7 - Mémoire		**Mémoire écrit et soutenance oral**	**20**
Mémoire de fin d'année : rapport et soutenance			

Règles spécifiques

Une note inférieure à 10/20 au module 7 est éliminatoire.

Règles spécifiques au Master de la mention Marketing, vente parcours Marketing et Communication.

En formation initiale en apprentissage, la partie pratique fait partie intégrante de la formation. Ainsi un contrat d'apprentissage couvrant en totalité la durée de la formation (deux années pour l'accès en première année de Master et une année pour l'accès direct en deuxième année de Master) est obligatoire.

Toute durée inférieure expose l'étudiant à un risque de non-diplomation.

En raison du régime d'apprentissage, aucune dispense d'assiduité ne peut être accordée.

Pour l'ensemble des parcours de la mention Marketing, vente (formation initiale en apprentissage et formation continue campus Paris et campus Luxembourg),

Sauf dérogation exceptionnelle accordée par la Direction du Master, aucun rattrapage sur une ou plusieurs épreuves n'est autorisé.

La présence à l'ensemble des cours est obligatoire ; toute absence ou retard injustifié peut entraîner la défaillance de l'étudiant à l'épreuve correspondant à la matière pour laquelle il a été absent sans justificatif valable. La participation de l'étudiant aux enseignements et travaux de groupes est prise en compte dans les notes qui lui sont attribuées.

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 Marketing et communication en apprentissage
Virginie PEZ

Directeur du master 1
Amélie BLUM



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

Coordinatrice 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 2026

Le Master Marketing et Communication confirme une fois de plus sa **1ère place** dans la catégorie **Communication** du classement Eduniversal 2026.

RYTHME D'ALTERNANCE

En 1ère année :

- > 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

PLUS D'INFORMATIONS

https://pole-langues.u-paris2.fr/fr/formations/offre-de-formation/master-marketing-vente-parcours-marketing-communication