



UNIVERSITÉ PARIS II  
PANTHÉON-ASSAS



# MASTER MC2

Digital | Droit | Data

## Marketing et Communication de Paris 2 Panthéon-Assas

Une formation d'excellence  
à l'Université, tournée vers  
le monde professionnel

avec le soutien de



et labellisée par



# OBJECTIF DE LA FORMATION



Former des professionnels  
du marketing et de  
la communication

L'objectif de la formation est d'apporter un enseignement de haut niveau, spécialisé en marketing et communication qui tient compte des évolutions majeures induites par l'ère digitale.

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. Ces dernières années, la formation a considérablement évolué pour comprendre et accompagner la digitalisation des entreprises, en intégrant notamment des cours approfondis en **Digital, Droit et Data**, qui scellent les caractères distinctifs du Master. Le master MC2 met ainsi l'accent d'une part sur les nouveaux modèles d'affaires et les nouveaux moyens de communiquer des entreprises, mais aussi sur les enjeux juridiques posés par les data collectées auprès des consommateurs.

## PÉDAGOGIE

L'apprentissage en alternance est l'un des atouts du diplôme et le positionne comme une référence dans son domaine.

Afin de renforcer l'intégration des étudiants en entreprise et faciliter l'obtention d'un premier emploi, le Master MC2 a pris le parti dès son origine, en 1999, d'instaurer l'apprentissage en alternance dans son cursus. Les étudiants suivent simultanément une formation à l'Université et des missions en entreprise ou en agence de communication.

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.

# POURQUOI INTÉGRER LE MASTER MC2 ?



**Rejoindre une communauté**

de plus de 500 étudiants qui ont déjà fait confiance au Master MC2 (anciennement MCE) depuis 1999



**Bénéficier de l'expertise d'une équipe enseignante sur mesure**

composée d'universitaires mais aussi de professionnels du secteur qui assurent 60% des enseignements



**Suivre une formation académique à la pointe**, en marketing et communication avec une spécialisation en Digital, Droit & Data



**Etre acteur de sa formation**, en participant à des études de cas, des compétitions, un voyage d'études à l'étranger, des projets collectifs de valorisation du Master

# PROGRAMME PÉDAGOGIQUE

## 1<sup>ÈRE</sup> ANNÉE

plus de 350 heures de cours et 100h de TD

### ► S1 commun aux masters en sciences de gestion de l'université Paris 1

- Stratégie I : outils d'analyse
- Action managériale
- Contrôle de gestion et finance d'entreprise
- Etudes et recherche en gestion (analyse des données)
- Droit approfondi des affaires
- Anglais des affaires et préparation TOEIC

### ► S2 dédié aux enseignements en marketing

- Fondamentaux du marketing
- Sociologie et Cultures de consommation
- Stratégie Clients
- Etudes Marketing
- Relations B to B : fondements et pratiques
- Anglais des affaires et préparation TOEIC
- Projet collectif de recherche en gestion

## 2<sup>ÈME</sup> ANNÉE

400 heures de cours dont un business game, 85 heures d'études de cas, 8 heures de tutorat personnalisé

### MODULE 1 /65 heures/

#### LES FONDAMENTAUX DU MARKETING ET DE LA COMMUNICATION

- Business Game et Notions fondamentales en marketing
- Ecosystème du secteur de la communication.
- Théories de la communication

### MODULE 2 /50 heures/

#### DROIT ET MARKETING

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

### MODULE 3 /70 heures/

#### STRATÉGIES MARKETING DIGITALES

- Marketing digital
- Relations clients digitales

### + MEMOIRE /30 heures/

Les étudiants vont à la rencontre des plus grands acteurs des métiers du marketing et de la communication (annonceurs, agences, cabinets d'étude, médias) dans une grande capitale internationale (New York, Montréal, Toronto, Hong Kong, Shanghai, San Francisco, Stockholm...) lors d'un séminaire d'une semaine.



## MODULE 4

/70 heures/

### STRATÉGIES MÉDIAS

- ▶ Economie et stratégie des Médias
- ▶ Mesures d'audience
- ▶ Média Planning
- ▶ Conférences focus par média

## MODULE 5

Une option à choisir parmi les deux proposées

### OPTION 1 - STRATÉGIES DE COMMUNICATION /60 heures/

- ▶ Communication publicitaire, plateforme de marque, plan de communication
- ▶ Communication corporate
- ▶ Communication socialement responsable
- ▶ Communication RH
- ▶ Techniques de créativité

OU **OPTION 2 - DATA MARKETING INTELLIGENCE /60 heures/**

- ▶ Learning et algorithmique
- ▶ Systèmes d'information orientés data

## MODULE 6

/85 heures/

### ETUDES DE CAS ET GRANDS TÉMOINS

- ▶ Master class
- ▶ Conférences de professionnels et grands témoins

**Option 1** Etudes de cas - données de panels

Ou

**Option 2** Cas Data Marketing

**Option 1** Compétition publicitaire

Ou

**Option 2** Big Data Challenge

## LES PARTENARIATS

Afin d'assurer le lien le plus étroit possible avec le monde professionnel, le Master s'est associé à son origine avec l'**AACC** (Association des Agences Conseils en Communication) et **Médiamétrie**. Le Master compte parmi ses partenaires de grandes institutions, l'**IREP** (Institut de Recherches et d'Études Publicitaire), et plus récemment (2020), le **CESP** (Centre d'Études des Supports de Publicité) avec lesquels des conventions de partenariat ont été signées. Le Master MC2 est par ailleurs, membre du réseau EACA (European Association of Communication Agencies), réseau européen en communication.

En 2017, le master MC2 a bénéficié de la labellisation **IAB** (Interactive Advertising Bureau). Le label IAB France renforce la confiance accordée par les principaux acteurs du marché envers les formations certifiées dans le marketing et la publicité digitale.



Ces partenariats permettent au Master d'adapter sans cesse sa pédagogie et ses intervenants aux besoins du marché, donnant aux étudiants les meilleures chances d'une insertion professionnelle réussie.



# COMMENT INTÉGRER LE MASTER ?

## ► EN FORMATION INITIALE

### **Le Master MC2 est une formation en 2 ans.**

Le Master MC2 est accessible en 1ère année pour les étudiants titulaires d'une L3 en sciences de gestion, sciences économiques, droit privé, ou de diplômés des grandes écoles de commerce, d'ingénieur ou d'IEP.

Le master MC2 peut également être intégré directement en 2ème année pour des étudiants titulaires d'un M1 ou niveau équivalent spécialisé en sciences de gestion. Le Master MC2 est également ouvert aux titulaires de M1 d'autres disciplines, et qui souhaiteraient une formation complémentaire à celle déjà acquise en sciences humaines, notamment en sociologie, psychologie, histoire, lettres, philosophie. Il est aussi accessible aux étudiants avec des formations scientifiques de type diplômés d'écoles d'ingénieur, de médecine ou de pharmacie.

Les étudiants titulaires de diplômés étrangers participent à la procédure de transfert/équivalence après avoir obtenu la reconnaissance des diplômés et des titres étrangers.

## ► EN FORMATION CONTINUE

**Le Master MC2 est décliné en formation continue à destination des salariés titulaires d'une maîtrise (M1) et possédant au moins trois années d'expérience professionnelle ou dans le cadre d'une Validation des Acquis Professionnels (VAP).**

Ce programme, spécialement aménagé pour les salariés en temps partagé, permet de concilier activité professionnelle et formation universitaire. Les enseignements ont lieu le vendredi après-midi et le samedi matin afin de permettre une éventuelle prise en charge de la formation par l'entreprise au titre de son budget formation des salariés. La sélection se fait sur dossier et par entretien devant un jury.

Pour les modalités d'inscription, consulter le site du centre de formation permanente de l'université Paris 2 Panthéon-Assas <https://cfp.u-paris2.fr/fr>

## L'ÉQUIPE PÉDAGOGIQUE

Un corps professoral prestigieux, composé d'universitaires et de professionnels

### PROFESSEURS DES UNIVERSITÉS

- BUSSON Alain - HEC
- DE ROUGEMONT Michel - Université Paris 2 Panthéon-Assas
- GOLLETY Mathilde - Université Paris 2 Panthéon-Assas
- HETZEL Patrick - Université Paris 2 Panthéon-Assas
- MACLOUF Etienne - Université La Rochelle
- MICHEAUX Andréa - IMT Business School
- STEYER Alexandre - Université Paris 1 Panthéon Sorbonne

### MAÎTRES DE CONFÉRENCES

- DABADIE Isabelle - Université Paris 2 Panthéon-Assas
- FLORÈS Laurent - Université Paris 2 Panthéon-Assas
- MILITARU Dorin - Université Paris 2 Panthéon-Assas
- NICOLAS-VULLIERME Laurence - Université Paris 2 Panthéon-Assas
- PEZ Virginie - Université Paris 2 Panthéon-Assas
- WELTÉ Jean-Baptiste - Université Paris 2 Panthéon-Assas

### PROFESSEURS ASSOCIÉS

- BELLIAZ Zysla - Présidente d'honneur de l'IREP - Consultante MMZ
- CASSAIGNE Benoît - Gérant de K6 Média, Conseiller du président de Médiamétrie

### PROFESSEURS INVITÉS

- QUESTER Pascale - Université d'Adélaïde (Australie)
- VASSEUR Gauthier - Université de Berkeley (Californie, USA)

### QUELQUES INTERVENANTS PROFESSIONNELS

- BASIER Luc - Planneur stratégique Dotherightthing
- BORDAS Nicolas - Vice-Président International TBWA/Worldwide
- BOTHOREL Grégoire - Chercheur en Marketing, Numberly
- BRUNIER Jean-Paul - Global Client Leader, Publicis Groupe
- CHARLES Guillaume - Directeur Général des programmes, M6
- CORDIER François - Manager Audience & Advertising Division, Orange
- DANARD Benoit - Directeur des études CNC
- DUIZABO Julien - Chief Marketing Officer, Publicis Sapient
- ERRA Mercedes - Fondatrice BETC, Présidente executive Havas Worldwide
- FOUILLEUL Renaud - Group Account Director, Dagobert
- GONZALES Paule - Journaliste Figaro
- GURGAND Nicolas - Fondateur d'Azerty Média
- JUMEL Katell - Directrice Marketing et Communication, Galec
- JUMEL Sébastien - Vice-Président EDF Europe
- MÉRIAUX Caroline - Directrice du Marketing, de la Relation Client et de la Communication, Clear Channel France
- MOREAU Antoine - Directeur de SLPV ANALYTICS
- MORGENSZTERN Mathieu - CEO Groupe M
- MORRISSON Valérie - Directrice générale, CESP
- PACREAU Edouard - Fondateur de l'agence Altmann + Pacreau
- PERBOST Fabrice - Avocat Associé- Harlay Avocats
- RÉGENT Benoit - Directeur du département Change Prospective, Dentsu
- ROMATET Xavier - Directeur général de l'Institut Français de la Mode
- SECKET Catherine - Project Manager, Nielsen

# LA MAISON DES SCIENCES DE GESTION

Le Master MC2 est hébergé à la Maison des Sciences de Gestion, en plein coeur du quartier latin. Celle-ci regroupe en un même lieu toutes les formations en gestion de l'Université Paris 2 Panthéon-Assas et constitue un véritable lieu d'échanges entre les formations universitaires et leurs partenaires professionnels. A cet effet, un espace-entreprises leur est spécifiquement dédié. Par ailleurs, un Learning Center à destination des étudiants offre un espace de travail individuel ou collaboratif inédit.



## NOUS CONTACTER

### ■ Maison de la Gestion

Centre Guy-de-la-Brosse  
1 rue Guy-de-la-Brosse  
75005 Paris  
Tél. 0183976828  
[www.master-marketing.net](http://www.master-marketing.net)

### ■ Université Paris 2 Panthéon-Assas

12 place du Panthéon  
75005 Paris  
[www.u-paris2.fr](http://www.u-paris2.fr)

### En formation initiale

#### Équipe pédagogique du Master MC2

- **Mathilde Gollety**, directeur du master
- **Virginie Pez**, codirecteur du master

pour tout renseignement :  
[mc2@u-paris2.fr](mailto:mc2@u-paris2.fr)

- **Sophia Halifa**, assistante de formation  
[mc2@u-paris2.fr](mailto:mc2@u-paris2.fr)



<https://www.facebook.com/m2mce/>



[https://twitter.com/MC2\\_Assas](https://twitter.com/MC2_Assas)



<https://www.linkedin.com/school/30682181/admin/>

### En formation continue

#### Équipe pédagogique du Master MC2

4 rue Blaise Desoffe – 75006 Paris  
Tel 0153638620

- **Mathilde Gollety**, directeur du master

- **Sandra Lachant**, assistante de formation  
[sandra.lachant-bousez@u-paris2.fr](mailto:sandra.lachant-bousez@u-paris2.fr)