



Présentation

Au terme de cette formation, les futurs cadres des agences de conseil en communication, stratégies de marque et branding, et des départements marque des entreprises disposent de toutes les connaissances théoriques, méthodologiques et techniques pour :

- penser ensemble la nature économique et la nature symbolique de la marque
- comprendre les pratiques du marketing et les usages des consommateurs
- anticiper les évolutions des pratiques de branding
- concevoir et réaliser des analyses stratégiques pertinentes et innovantes
- assurer la gestion des marques dans une perspective qualitative et communicationnelle aux niveaux national et international

Savoir-faire et compétences

L'année de Master 2 a pour objectif de développer les compétences stratégiques des étudiants et apprentis et de favoriser ainsi leur adaptabilité au monde professionnel et leur performance sur le long terme.

Diplôme : Master

Discipline(s) : COMMUNICATION, JOURNALISME, EDITION, AUDIOVISUEL

Validation des acquis : Non

Double cursus interne : Non

Double cursus externe : Non

Organisation

Contrôle des connaissances

Mémoire

Ouvert en alternance : Non

Ouvert en stage : Non