

Entrée en Master professionnel 2^e année Information et communication

Année universitaire 2022-2023

Le CELSA Sorbonne Université propose 15 options de Master 2 professionnel, dans 5 spécialités :

➤ **Entreprises & institutions**

- Master Entreprises, institutions et *corporate*
- Master Entreprises, institutions et risque (en apprentissage)
- Master Entreprises, institutions et vie politique
- Master Entreprises, institutions, territoires et culture

➤ **Marque**

- Master Marque et stratégies de communication
- Master Marque et *branding*
- Master Marque, innovation et création (en apprentissage)

➤ **Médias**

- Master Médias et management
- Master Médias et numérique
- Master Médias, innovation et création (en apprentissage)
- CELSA-Mines Communication et technologie numérique

➤ **Ressources humaines & conseil**

- Master Ressources humaines, management et organisations (en apprentissage)
- Master Conseil, management et organisations (en apprentissage)

➤ **Le Magistère**

- Master Magistère, management, cultures et stratégies de communication
- Master Magistère, management et cultures créatives (en apprentissage)

Le concours d'entrée

Processus d'admission

Les candidates et les candidats ne peuvent se présenter qu'à une seule option dans une seule spécialité. Toutefois, lors de l'audition en commission d'admission, le jury peut envisager une réorientation vers une autre option de la même spécialité.

Il n'y a pas de limite d'âge (à l'exception des formations par apprentissage). Les salarié.e.s ayant exercé une activité professionnelle dans le champ, pendant au moins 3 ans, peuvent se porter candidat.e.s dans le Master 2 en reprise d'études (cf. le site du CELSA, rubrique Formation continue)

La sélection à l'entrée en Master 2 au CELSA est réalisée en deux phases

1. admissibilité : examen du dossier déposé par le candidat sur une plateforme numérique
2. admission : si le dossier est retenu, entretien avec un jury d'admission à distance

La sélection cherche à apprécier les qualités de réflexion du candidat, sa culture générale, ses connaissances dans la spécialité, ses motivations pour l'orientation choisie, et à découvrir sa personnalité.

L'admissibilité

Critères pour constituer un dossier d'inscription

Pour s'inscrire au concours d'entrée en Master 2 Professionnel du CELSA Sorbonne Université, les candidates et les candidats doivent avoir suivi avec succès un cycle de quatre années d'études supérieures, en établissement public ou privé, français ou étranger.

Les étudiantes et les étudiants des pays où le français n'est pas langue officielle devront justifier d'un bon niveau de français (DELFF niveau B2, DALF niveau C1, TEF niveau 4, TCF, diplômes délivrés par le SELFEE...).

Voies d'accès spécifiques

Les étudiants inscrits en Master 2 Recherche à la Faculté des Lettres de Sorbonne Université et ayant suivi en présentiel les enseignements de première et deuxième année des UFR de Grec, Latin, Langue française, Littérature française et comparée, Philosophie, Sociologie et informatique pour les sciences humaines, Histoire et géographie et aménagement, Langues étrangères appliquées (LEA), études ibériques et latino-américaines, études anglophones, études arabes et hébraïques, études italiennes, études slaves, Art et archéologie, sont dispensés sous certaines modalités de la sélection sur dossier :

- moyenne générale de Master Recherche première année au moins égale à 14
- rédaction d'un projet professionnel de 2 pages maximum
- pour les Masters en apprentissage, avoir moins de 30 ans

Ces dispositions s'appliquent aussi aux étudiants inscrits en Master 2 à la Faculté des Sciences de Sorbonne Université et ayant suivi en présentiel les enseignements de première et deuxième année.

L'admissibilité précède l'épreuve orale d'admission. Elle prend la forme d'un dossier personnel à remplir et à déposer sur une plateforme numérique.

Le dossier personnel doit comporter les éléments suivants :

- la présentation du parcours du candidat sur une page
- le questionnaire de motivation
- la présentation d'une réalisation (académique, professionnelle ou personnelle) de nature à éclairer la candidature. *Ne pas joindre la réalisation en elle-même, mais en proposer la présentation synthétisée en une page*
- les bulletins de notes justificatifs depuis le bac
- la synthèse du niveau de langue
- le certificat de scolarité de l'année ou diplôme de Master 1
- Règlement des frais de concours (70 € ou 30 € pour les étudiants boursiers sur présentation de la notification de l'avis de bourse recto-verso de l'année universitaire en cours). *Cette somme, servant à couvrir les frais de dossier, ne peut être retournée en cas d'absence ou d'abandon aux épreuves d'entrée.*
- La photocopie du DELF, du TEF niveau 4, TCF ou SELFEE...pour les étudiantes et les étudiants non francophone

L'admission

En vue de l'entretien, il est conseillé de compléter ses connaissances du domaine par des lectures (voir bibliographie), des entretiens avec des professionnels et/ou des stages.

Les candidates et candidats déclaré.e.s admissibles à l'issue de l'examen de leurs dossiers, sont reçu.e.s par une commission d'admission correspondant à l'option choisie.

Les commissions sont composées de professionnel.le.s et d'enseignantes et enseignants-chercheurs du CELSA.

L'entretien a pour objet d'apprécier aussi bien les connaissances et la culture générale que les motivations et le projet professionnel. La candidate ou le candidat pourra être interrogé.e sur deux ouvrages de la bibliographie conseillée.

Selon les options, des exigences particulières de prérequis peuvent être formulées :

- Pour l'option Master Entreprises, institutions et corporate, l'entretien est mené alternativement en français et en anglais.

- Pour les options en apprentissage, il sera demandé aux candidats de défendre leur projet professionnel en exposant de façon très précise leurs orientations (secteur, métier envisagé...)
- Pour le Master Conseil, management et organisations, il sera demandé aux candidats des connaissances en RH et sciences sociales

La proclamation des résultats

L'ensemble des résultats est transmis au jury d'admission qui arrête, en fonction de la moyenne obtenue à l'oral et des places disponibles, la liste des candidats admis, éventuellement complétée par une liste d'attente.

Les résultats sont proclamés par Master et affichés au CELSA et sur le site web

La préparation au concours

Quelques conseils :

- **Avoir une bonne culture générale** (Lire au moins 3 ouvrages des bibliographies proposées en fonction des parcours, lire la presse généraliste et spécialisée – politique, économique, sociale et culturelle, médias, communication, marketing, RH...)
- **Savoir analyser, synthétiser, s'entraîner à l'écriture**, faire des revues de presse, des dossiers thématiques
- **Réfléchir à un projet professionnel structuré**

Conseils bibliographiques

La lecture des ouvrages cités est fortement recommandée. Lors de l'oral, les candidates et les candidats pourront être interrogé.e.s à propos de 2 ouvrages de la sélection suggérée ci-dessous. La lecture des ouvrages cités est fortement recommandée. Le candidat peut compléter ces lectures par sa propre bibliographie et la lecture régulière de la presse économique, sociale et culturelle. Lors de l'oral, le candidat pourra être interrogé à propos de deux ouvrages de la sélection suggérée pour le domaine professionnel envisagé.

Entreprises & institutions

AÏM (Olivier), BILLET (Stéphane). Communication, Dunod, 2015.

ALDRIN (Philippe), HUBE (Nicolas), OLLIVIER-YANIV (Caroline), UTARD (J-M), Les mondes de la communication politique : légitimation et fabrique symbolique du politique. PUR, coll. Res Publica, 2014.

ALMEIDA (Nicole d'), Les promesses de la communication, PUF, 2012.

ALMEIDA (Nicole d'), LIBAERT (Thierry), TREMBLAY (S.) Développement durable. Une communication qui se démarque. Presses universitaires du Québec, 2017.

BALLE (Francis), Médias et sociétés : édition, presse, cinéma, radio, télévision, internet. 16 e édition, Paris : Montchrestien-Lextenso, 2013.

BECK (Ulrich), La Société du risque. Vers une nouvelle modernité, Flammarion, 2001.

CHALTIEL (Florence), GUILLON (Serge), Le système décisionnel de l'Union européenne. La documentation française, 2018.

COURTY (Guillaume), Le lobbying en France : invention et normalisation d'une pratique politique. Bruxelles : ed.P.I.E Peter Lang, 2018.

FAVOREU (Louis), GAIA (Patrick), GHEVONTIAN (Richard), Droit constitutionnel, Dalloz 2019

GUIGO (Pierre-Emmanuel), CHARBONNEAUX (Juliette), DEVARS (Thierry), MOREIRA CESAR (Camila), PAWELSKI (Léa), RONDOT (Camille), Communication politique, PEARSON 2019.

JEANNERET (Yves), Y a-t-il (vraiment) des technologies de l'information ?, Presses universitaires du Septentrion, 2007.

MERCIER (Arnaud), La communication politique, CNRS éditions 2017.

WRONA (Adeline), SEIGNOBOS (Emeline), Figures des décideurs en régime médiatique. Les Petits Matins 2017.

Revue Mots Les langages du Politique, Pouvoirs, sites web du Sénat, de l'Assemblée nationale

➤ **Option « Entreprises, institutions, Vie politique »**

ALMEIDA (Nicole d'), LIBAERT (Thierry), TREMBLAY (S.) Développement durable. Une communication qui se démarque. Presses universitaires du Québec, 2017.

ALDRIN (Philippe), HUBE (Nicolas), OLLIVIER-YANIV (Caroline), UTARD (Jean-Michel) (Dir.), Les mondes de la communication politique : légitimation et fabrique symbolique du politique, Rennes : PUR, coll. Res Publica, 2014

BALLE (Francis), Médias et sociétés : édition, presse, cinéma, radio, télévision, internet, Paris : Montchrestien-Lextenso, 875 p.

CARCASSONNE (Guy), GUILLAUME (Marc), La Constitution. Introduite et commentée, Paris : Points Coll. Essais, 12e édition, 2014

CHALTIEL (Florence), GUILLON (Serge), Le système décisionnel de l'Union européenne, Paris : La documentation française, 2018

COURTY (Guillaume), Le lobbying en France : invention et normalisation d'une pratique politique, Bruxelles : ed. P.I.E Peter Lang, 2018

EYRIES (Alexandre), La communication politique 3.0 ? La politique à l'épreuve du numérique, Presses univ. de Dijon, 2021

FOURQUET (Jérôme), L'Archipel français : naissance d'une nation multiple et divisée, Seuil, 2019.

GERSTLE (Jacques), PIAR (Christophe) La communication politique, 3ème édition, Armand Colin, 2020 (4è édition)

LE BART (Christian), Les émotions du pouvoir. Larmes, rires et colères des politiques, Paris : Armand Colin, 2018

LLORCA (Raphaël), La marque Macron. Désillusions du Neutre, Paris : Ed de l'Aube, 2021

MARIN (Louis), Le Portrait du roi, Paris : Éditions de Minuit, 1981

WRONA (Adeline), SEIGNOBOS (Emeline) (Dir.), La fabrique de l'autorité: figures des décideurs en régime médiatique, Paris : Les Petits Matins, 2017

Revue politique et parlementaire, revue Mots. Les langages du politique, Questions de communication, Communication et Langages, Quaderni, Cahiers de médiologie...

➤ **Option « Entreprises, institutions, Territoires et culture »**

ALDRIN (Philippe), HUBE (Nicolas), OLLIVIER-YANIV (Caroline), UTARD (Jean-Michel) (Dir.), Les mondes de la communication politique : légitimation et fabrique symbolique du politique, Rennes : PUR, coll. Res Publica, 2014

ALMEIDA (Nicole d'), LIBAERT (Thierry), TREMBLAY (S.) Développement durable. Une communication qui se démarque. Presses universitaires du Québec, 2017.

CARCASSONNE (Guy), GUILLAUME (Marc), La Constitution. Introduite et commentée, Paris : Points Coll. Essais, 12e édition, 2014

CHALTIEL (Florence), GUILLON (Serge), Le système décisionnel de l'Union européenne, Paris : La documentation française, 2018

COURTY (Guillaume), Le lobbying en France : invention et normalisation d'une pratique politique, Bruxelles : éd. P.I.E Peter Lang, 2018

FOURQUET (Jérôme), L'Archipel français : naissance d'une nation multiple et divisée, Seuil, 2019.

GERSTLE (Jacques), PIAR (Christophe), La communication politique, 3ème édition, Armand Colin, 2020 (4è édition)

MEYRONIN (Benoit), Marketing territorial enjeux et pratiques, Paris, Vuibert, 2015

RAOULT (Bruno), Le territoire à l'épreuve de la communication, Presses universitaires du Septentrion, 2020

NEGRIER (Emmanuel), TEILLET (Philippe) (Dir), Les projets culturels de territoire, Presses Universitaires de Grenoble, Coll. « Politiques culturelles », 2019

POIRRIER (Philippe), Les politiques de la culture en France, Paris, La Documentation française, coll. « Doc' en poche », (2016, voir dernière édition)

MAIRESSE (François), NASSIM-ABOUDRAR (Bruno), La médiation culturelle, coll. Que Sais-je, 2ème édition de 2017.

Revue politique et parlementaire, revue Mots. Les langages du politique, Questions de communication, Communication et Langages, Culture et Musées, Territoires, Fabrique de la Cité, Territoires en mouvement, Observatoire des politiques culturelles...

Marque

BARTHES, (Roland), Mythologies, Seuil, 1970.

BAUDRILLARD (Jean), La société de consommation : ses mythes, ses structures, Gallimard, 1970.

BERTHELOT-GUIET (Karine), Analyser les discours publicitaires, Armand Colin, 2015.

BOLTANSKI (Luc), ESQUERRE (Arnaud), Enrichissement : une critique de la marchandise, Gallimard 2017

COCHOY (Franck), De la curiosité, l'art de la séduction marchande, Armand Colin, 2011.

FERE (Julien) (dir.), Les dessous des marques, Ellipse, 2021

FERE (Julien) (dir.), Les dessous du marketing et de la communication, Ellipse, 2019

HEILBRUNN (Benoît), La Marque, Que-sais-je, 2017.

MARTI (Caroline), Les médiations culturelles des marques, Broché 2019

Médias

BARTHES (Roland), *Mythologies*, Points, 1957.

BOUCHARDON (Serge), *La valeur heuristique de la littérature numérique*. Paris, Hermann, 2014.

CASILLI (Antonio), « De la classe virtuelle aux ouvriers du clic. La servicialisation du travail à l'heure des plateformes numériques », *Esprit*, p. 79-88, 2019/5.

CERVULLE (Maxime), *Dans le blanc des yeux. Diversité, racisme et médias*, éditions Amsterdam, 2013.

CHEVRY-PEBAYLE (E.), RONDOT (Camille)., « Le rôle des réseaux sociaux numériques dans la valorisation des affiches publicitaires numérisées : entre médiation du temps passé et médiatisation des institutions bibliothécaires », *études de communication*, no 51, 2018.

DAVALLON (Jean), DESPRÈS-LONNET (Marie)., JEANNERET (Yves) ., LE MAREC (Joëlle)., SOUCHIER (Emmanuël)., *Lire, écrire, récrire. Objets, signes et pratiques des médias informatisés*. éditions de la Bibliothèque publique d'information. 2013

DEVARS (Thierry), *La politique en continu. Vers une BFMisation de la communication ?*, Les Petits Matins, 2015.

JEANNERET (Yves) et TARDY (Cécile), *L'écriture des médias informatisés. Espaces de pratiques*, Hermès Lavoisier, 2007.

JEANNE-PERRIER (Valérie), *Internet a aussi changé la mode. Quand Facebook, Twitter, Instagram, Snapchat, Pinterest, YouTube, Vine, Periscope, Tumblr & Cie s'affichent sur le devant des podiums*. Kawa éditions, 2016.

JULLIARD (Virginie), « L'idéologie raciste en appui aux discours antiféministes : les ressorts émotionnels de l'élargissement de l'opposition à la "théorie du genre" à l'école sur Twitter », *Cahiers du Genre*, no 65, p. 17-39, 2018.

JULLIARD (Virginie), « éléments pour une "sémiotique du genre" », *Communication & langages*, no 177, p. 59-74, 2013.

LÉCOSSAIS (Sarah), « Les mots de la grossesse », *études de communication*, no 48, p. 155-175, 2017.

MARTIN (Olivier) et DAGIRAL (éric) (dir.), *L'ordinaire d'Internet. Le web dans nos pratiques et relations sociales*, Armand Colin, 2016.

PATRIN-LECLERE (Valérie), « La communication revisitée par la conversation », *Communication & langages*, 2011/3 (n o 169), p. 15-22.

PAVEAU (Marie-Anne), *L'analyse du discours numérique. Dictionnaire des formes et des pratiques*, Paris, Hermann, 2017.

QUEMENER (Nelly), Le pouvoir de l'humour. Politiques des représentations dans les médias en France, Armand Colin, Paris, 2014

REBILLARD (Franck), « La rumeur du PizzaGate durant la présidentielle de 2016 aux États-Unis. Les appuis documentaires du numérique et de l'Internet à l'agitation politique », Réseaux, no 202-203, p. 273-310, 2017.

RONDOT (Camille), « Penser le devenir et la circulation des communiqués de presse des conseils des ministres : trajectoires de la décision politique », La fabrique de l'autorité. Figures des décideurs en régime médiatique, Les petits matins, 2017.

SAËMMER (Alexandra) (2015). Rhétorique du texte numérique : figures de la lecture, anticipations de pratiques. Villeurbanne, Presses de l'ENSSIB.

SEPULCHRE (Sarah), Décoder les séries télévisées. De Boeck, 2011.

SMYRNAIOS (Nikos), MARTY (Emmanuel), « Profession "nettoyeur du net". De la modération des commentaires sur les sites d'information français », Réseaux, 2017/5 (no 205), p. 57-90.

AÏM (Olivier). – Les Théories de la surveillance. Du panoptique aux Surveillance Studies – Armand Colin, collection « U », 2020

Ressources humaines & conseil

BARTH (Isabelle). Manager la diversité : de la lutte contre les discriminations au leadership inclusif. Paris : Dunod, 2018.

BOURGOIN (Alaric). Les équilibristes. Une ethnographie du conseil en management. Paris : Presses des Mines, 2015.

BRULOIS (Vincent). Refonder la communication en entreprise : de l'image au social, Limoges : Fyp, 2013.

CHARPENTIER (Jean-Marie), VIERS (Jacques), Communiquer en entreprise. Retrouver du sens grâce à la sociologie, la psychologie, l'histoire, Paris : Vuibert, 2019

CORON (Clotilde), FRANQUINET (Arnaud), NOËL (Florent). Digital et RH. Les 4 défis stratégiques. Paris Vuibert, 2019

DUJARIER (Marie-Anne). Troubles dans le travail. Paris : PUF, 2021

LE GALL, (Jean-Marc). La gestion des ressources Humaines. Paris, PUF, 2011.

OLIVESI (Stéphane). La communication au travail. Une critique des nouvelles formes de pouvoir dans les organisations. Grenoble : Presses Universitaires de Grenoble, 2006.

PERETTI (Jean-Marie). La gestion des ressources humaines. Paris, Vuibert, 2018

SEGRETTIN (Blanche), HATCHUEL (Armand). Refonder l'entreprise. Paris: Seuil et La République des Idées, 2012

STENGER (Sébastien). Au cœur des cabinets d'audit et de conseil. De la distinction à la soumission. Paris : PUF, 2017

Le Magistère

BARTHES (Roland), Mythologies, Seuil, 1970

CAUVIN (Christian) Management des industries culturelles et créatives, Broché, 2015

BOUGNOUX (Daniel), Introduction aux sciences de la communication, La Découverte, 2002

DOUEIHI (Milad), La grande conversion numérique, Seuil, 2008

ESCANDE-GAUQUIE (Pauline), NAIVIN (Bertrand), Comprendre la culture numérique, Broché 2019

MATTELART (Armand), La mondialisation de la communication, Presses Universitaires de France, 2008

WINKIN (Yves), La nouvelle communication, Points Seuil, 2000.

Origine des étudiants

Les profils sont très divers, principalement :

- Lettres modernes
- Sciences humaines et sociales
- Sciences économiques et gestion
- Sciences politiques
- Droit
- Voie interne Sorbonne Université
- Ecoles de commerce
- Partenariats ENSCI Les Ateliers, Centre Michel Serres
- Campus France

Statistiques

2021 : 734 inscrits (671 voie classique, 41 FC, 22 voie interne SU)

153 admis (134 voie classique, 17 FC, 2 voie interne SU)

2020 : 483 inscrits (437 voie classique, 25 FC, 21 voie interne SU, 1 partenariat)

164 admis

Prochaine JPO

Samedi 8 janvier 2022 en présentiel et en live

Pour toute question :

Catherine Jolis

01 46 43 76 02

catherine.jolis@sorbonne-universite.fr