

Entrée en Master professionnel 2^e année

année universitaire 2018-2019

Entreprises et institutions – Le Magistère – Marque – Médias – Ressources humaines et conseil

Le CELSA propose quatorze options de Master 2 professionnel, dans cinq spécialités :

- *Entreprises et institutions* :
 - Master Entreprises, institutions et corporate
 - Master Entreprises, institutions et politique
 - Master Entreprises, institutions et risque (apprentissage)
- *Le Magistère* :
 - Master Magistère, management et culture
 - Master Magistère, management et culture (apprentissage)
- *Médias* :
 - Master Médias et management
 - Master Médias et numérique
 - Master Médias, innovation et création (apprentissage)
 - CELSA-Mines Communication et technologie numérique
- *Marque* :
 - Master Marque et branding
 - Master Marque et publicité
 - Master Marque, innovation et création (apprentissage)
- *Ressources humaines et conseil* :
 - Master Ressources humaines, management et organisations (apprentissage)
 - Master Conseil, management et organisations (apprentissage)

Concours d'entrée

Tous les étudiants ayant suivi avec succès un cycle de quatre années d'études supérieures, en établissement public ou privé, français ou étranger, peuvent s'inscrire au concours d'entrée en Master 2 Professionnel du CEL-SA.

Les candidats qui ne relèvent pas des voies d'accès spécifiques ci-dessous (voir Processus d'admission) passent une épreuve écrite d'admissibilité.

Les étudiants des pays où le français n'est pas langue officielle devront justifier d'un bon niveau de français

(DELFB niveau B2, DALF niveau C1, TEF niveau 4, TCF, diplômes délivrés par le SELFEE...).

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 avec le candidat 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 salariés ayant exercé une activité professionnelle dans le champ, pendant au moins 3 ans, peuvent se porter candidat dans le Master 2 en reprise d'études (cf. le site du CELSA, rubrique Formation continue).

Processus d'admission

L'admissibilité précède l'épreuve orale d'admission. Elle prend la forme d'une épreuve écrite ou d'un dossier pour les voies spécifiques

Épreuve écrite d'admissibilité

Réflexion argumentée en lien avec le diplôme visé

L'épreuve se déroule sur 3 heures. Elle permet de vérifier l'acquisition de connaissances de base dans la spécialité de candidature (Entreprises et institutions, Marque, Médias, Ressources humaines et Conseil, Magistère de communication). Elle vise à mettre en évidence l'intérêt et la curiosité des candidats pour l'actualité des professions et de leurs champs d'action. Elle permet de s'assurer de leurs capacités d'analyse, de réflexion critique et de synthèse. Elle évalue leurs qualités rédactionnelles et leur aptitude à soutenir une argumentation.

Il est demandé aux candidats, à partir de quelques documents, de répondre de façon très précise à une question posée. Les candidats doivent utiliser les éléments contenus dans le dossier mais également leurs connaissances sur le sujet.

Il est conseillé aux candidats de se préparer en complétant leurs connaissances par des lectures, des entretiens avec des professionnels et des stages.

Voies d'accès spécifiques

Les étudiants inscrits en Master 2 Recherche à l'université Paris-Sorbonne 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 des épreuves écrites d'admissibilité :

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

Ces dispositions s'appliquent aussi aux étudiants inscrits en Master 2 à l'université Pierre et Marie Curie et ayant suivi en présentiel les enseignements de première et deuxième année

Épreuve orale d'admission

Les candidats déclarés admissibles à l'issue des épreuves écrites ou après l'examen de leur dossier pour les voies d'accès spécifique sont reçus par une commission d'admission correspondant à l'option choisie.

Les commissions sont composées de professionnels et d'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. Le candidat pourra être interrogé sur deux ouvrages de la bibliographie conseillée.

Selon les options, des exigences particulières de pré requis 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

Proclamation des résultats

L'ensemble des résultats est transmis au jury d'admission qui arrête, en fonction de la note 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 option de Master 2

Conseils bibliographiques

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 et institutions

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

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

BAUDRILLARD (Jean), *L'échange impossible*, Galilée, 1999.

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

CHARAUDEAU (Patrick), *Le discours politique : les masques du pouvoir*, Vuibert, 2005. - 255 p.

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

NEVEU (Erik), *Une société de communication ?*, Montchrestien, 2011.

OLLIVIER-YANIV (Caroline), RINN (Michaël) (Dir), *Communication de l'Etat et gouvernement du social. Pour une société parfaite ?*, PUG, 2009.

Le Magistère

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

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

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

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

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

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 Collin, 2015.

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

HEILBRUNN (Benoît), *La Marque*, PUF, 2010.

PATRIN LECLERE (Valérie), MARTI DE MONTETY (Caroline), BERTHELOT-GUIET (Karine), *La fin de la publicité ? Tours et contours de la dépublicitarisation*, Le Bord de l'eau, 2014.

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

TIXIER (Pierre-Eric) (dir.), *Ressources humaines pour sortie de crise*, Presses de Sciences Po, 2010.

VILLETTE, Michel, *Sociologie du conseil en management*, La découverte, 2003.

Médias

Ouvrages spécifiques aux parcours Médias et numérique/ CELSA-Mines Communication et technologie numérique

CARDON (Dominique), *La démocratie internet. Promesses et limites*, Seuil, 2010.

GOMEZ-MEJIA (Gustavo), *Les fabriques de soi ? Identité et Industrie sur le Web*, MkF éditions, 2016.

GRANJON (Fabien), *Reconnaissance et usages d'internet. Une sociologie critique des pratiques de l'informatique connectée*, Presses des Mines, 2012.

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

SONNAC (Nathalie) et GABSZEWICZ (Jean), *L'industrie des médias à l'ère numérique*, La Découverte, 2013.

Ouvrages spécifiques aux options Master Médias et management/ Master Médias, innovation et création

BOUQUILLON (Philippe) et MATTHEWS (Jacob T), *Le web collaboratif - Mutations des industries de la culture et de la communication*, Presses universitaires de Grenoble, 2010.

DEGAND (Amandine), GREVISSE (Benoît), *Journalisme en ligne. Pratiques et recherches*, Éditions De Boek, 2012.

PARASIE (Sylvain), *Et maintenant, une page de pub, une histoire morale de la publicité à la télévision française (1968-2008)*, INA Éditions, 2009.

PATRIN-LECLERE (Valérie), MARTI DE MONTETY (Caroline), BERTHELOT-GUIET (Karine), *La fin de la publicité ? Tours et contours de la dépublicitarisation*, Éditions Le bord de l'eau, 2014.

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

Ressources humaines et conseil

CADIN (Loïc), GUERIN (Francis), PIGEYRE (Frédérique) et PRALONG (Jean) (dir.), *Gestion des ressources humaines. Pratiques et éléments de théorie*, Dunod, 2012.

CHARENTREUIL (Jean-Noël) (dir.), *RH et digital : regards collectifs de RH sur la transformation digitale*, Diateino, 2015. (ouvrage professionnel)