



Entrée en 3^{ème} année de Licence année universitaire 2006-2007

Marketing, Publicité et Communication - Ressources Humaines et Communication - Communication des Entreprises et des Institutions - Management et Communications⁽¹⁾ interculturelles - Communication Médias et Médiatisation

Le CELSA accueille en 3^e année de Licence des étudiants ayant suivi avec succès 2 années d'études supérieures (120 crédits). Les candidats s'inscrivent dans l'un des parcours suivants :

- Marketing, publicité et communication
- Ressources humaines et communication
- Communication des entreprises et des institutions
- Management et communications interculturelles
- Communication, médias et médiatisations

Conditions d'inscription

Sont admis à constituer un dossier d'inscription, les étudiants ayant suivi avec succès⁽²⁾ un cycle de deux années d'études supérieures en France ou ayant effectué les deux années de scolarité d'une classe préparatoire aux grandes écoles (avec reconnaissance d'une équivalence de DEUG complet).

Les étudiants **admissibles** au concours d'entrée à l'École Normale Supérieure, sont également admissibles (l'année du concours à l'ENS et l'année suivante) au concours de 1^{ère} année de leur choix et ne s'inscrivent que pour passer les épreuves d'admission.

Les étudiants inscrits à l'université Paris-Sorbonne (Paris IV), dans les parcours « Lettres et lettres modernes, philosophie, histoire et géographie », intéressés par une intégration en 3^e année de Licence au CELSA seront dispensés des épreuves écrites de vérification des connaissances subies par les candidats externes. Ils devront justifier de prérequis définis conjointement par le responsable des parcours information et communication et les responsables des quatre parcours concernés.

Sont également admis à se présenter les étudiants ayant suivi avec succès⁽²⁾ un cycle de deux années d'études supérieures dans un pays étranger où le français est langue officielle. Les ressortissants des

pays où le français n'est pas langue officielle devront justifier de deux années d'études supérieures et avoir subi avec succès⁽²⁾ les épreuves du DALF (Diplôme Approfondi de Langue Française organisé par l'Alliance Française) ou le Test National organisé dans les représentations diplomatiques françaises à l'étranger.

L'âge limite pour concourir est fixé à 23 ans au 31 décembre de l'année du concours. La limite est repoussée à 24 ans pour les titulaires d'un diplôme Bac+3 et à 25 ans pour les titulaires d'un Bac+4 ou davantage.

1. Ce département prépare au Magistère de Communication
2. Ils devront être en mesure de présenter l'attestation de réussite lors de la rentrée universitaire.

Processus d'admission

Il se déroule en deux temps : d'abord les *épreuves écrites d'admissibilité*, puis les *épreuves orales d'admission*.

L'ensemble des résultats -écrits et oraux- est transmis au jury d'admission qui arrête, en fonction des places disponibles, la liste des candidats admis, éventuellement complétée par une liste d'attente.

Les épreuves écrites d'admissibilité

1. Épreuve propre à l'option choisie

Dissertation avec supports documentaires (coef. 7),
durée : 4 heures

Cette épreuve vise à mettre en évidence l'intérêt que porte le candidat aux évolutions socio-économiques et médiatiques du monde contemporain. La thématique du sujet sera commune à tous les parcours mais les supports documentaires (5 à 10 pages, constitués d'articles de presse, de documents iconiques, d'ex-

traits d'ouvrages de fond...) et la question posée pourront être différents.

Elle permet également de faire appel aux qualités de raisonnement, d'analyse, de synthèse et d'expression des candidats ainsi qu'à leur aptitude à transmettre une information.

2. Épreuve commune

Anglais (coef. 3), durée : 2 heures

L'épreuve se présente sous la double forme d'un test permettant d'évaluer le niveau des connaissances sur le plan des structures grammaticales et lexicales (gap-filling) et d'un exercice de rédaction d'une page (essay de 300 à 400 mots) sur un sujet ne requérant la connaissance d'aucun vocabulaire spécialisé.

Les épreuves orales d'admission

Les résultats de l'admissibilité sont proclamés par option.

a. entretien avec un jury (coef. 8)

Les candidats déclarés admissibles se présentent aux entretiens devant la commission d'admission correspondant à l'option choisie.

Cette commission, présidée par un universitaire, est composée de représentants des professions concernées et d'enseignants chercheurs du CELSA.

L'entretien a pour objectif d'apprécier la motivation du candidat et l'adéquation de son profil à l'option choisie.

b. examen oral d'anglais (coef. 2)

Les candidats écoutent l'enregistrement d'un texte d'actualité extrait de la presse anglo-saxonne (la prise de notes est autorisée). Ils doivent être ensuite capables de le résumer et de répondre aux questions d'un jury anglophone.

Cette épreuve vise à apprécier le niveau de compréhension auditive et l'expression orale des candidats.

Conseils bibliographiques

La liste des ouvrages cités est donnée à titre indicatif ; elle n'est donc **ni exhaustive ni obligatoire**. Le candidat peut constituer sa propre bibliographie qu'il complètera utilement par la lecture régulière de la presse économique, sociale et culturelle.

Notre bibliothèque n'accueillant que les étudiants en cours de scolarité au CELSA, il est rappelé que les ouvrages généraux et les manuels d'initiation peuvent être consultés dans d'autres bibliothèques, par exemple :

- . la BPI (Beaubourg)
- . la bibliothèque Sainte-Geneviève (Place du Panthéon)

- . la Documentation Française
- . les bibliothèques universitaires
- . les bibliothèques municipales
- . la Bibliothèque Nationale de France, Tolbiac Haut-de-jardin

Bibliographie générale

1. Ouvrages fondamentaux pour la préparation de l'ensemble des épreuves (toutes options confondues)

BALLE (Francis). - *Médias et sociétés*. - Paris : Montchrestien, 2005. - 721 p.

BOUGNOUX (Daniel). - *Introduction aux sciences de la communication*. - Paris : La Découverte, 2001. - 125 p. - (Coll. Repères n°245.)

BRAUDEL (Fernand). - *L'Europe : l'espace, le temps, les hommes*. - Arts et métiers graphiques, 1987. - 272 p.

CASTELLS (Manuel). - *La Galaxie Internet*. - Paris : Fayard, 2001. - 365 p.

CROZIER (Michel), FRIEDBERG (Erhard). - *L'Acteur et le système*. - Paris : Le Seuil, 1977. - 514 p.

MATTELART (Armand). - *Histoire de la société de l'information*. - Paris : La Découverte, 2003. - 124 p.

MORIN (Edgar). - *Pour sortir du vingtième siècle*. - Paris : Fernand Nathan, 1981. - 380 p.

ROCHFORT (Robert). - *La Société des consommateurs*. - Paris : Odile Jacob, 2001. - 279 p.

WOLTON (Dominique). - *Penser la communication*. - Paris : Flammarion, 1997. - 410 p.

2. Ouvrages pour la préparation à l'épreuve d'anglais

Cambridge First Certificate. CPE. Cambridge books for Cambridge exams. CAMBRIDGE

Oxford Practice Grammar with answers. John Eastwood. OXFORD UNIVERSITY PRESS

Lecture de la presse quotidienne et hebdomadaire anglo-saxonne (*The Guardian, The Observer, The International Herald Tribune, Newsweek, Time, The Economist...*).

Bibliographie destinée à la préparation de L'épreuve optionnelle

Communication des entreprises et des institutions

d'ALMEIDA (Nicole). - *Les Promesses de la communication*. - Paris : PUF, 2001. - 264 p.

BEAUDOIN (Jean-Pierre). - *Être à l'écoute du risque d'opinion*. - Paris : Éditions d'Organisation, 2001. - 205 p.

BRETON (Philippe) et PROUX (Serge). - *L'explosion de la communication à l'aube du XXI^e siècle*. - Paris : La Découverte, Sciences sociales, 2002.

CHAURAUDEAU (PATRICK). - *Le discours politique*. - Paris : Vuibert, 2005. - 246 p.

LIBAERT (Thierry). - *La Communication de crise*. - Paris : Dunod, 2005. - 128 p.

NEVEU (Erik). - *Une société de communication ?* - Paris : Montchrestien, 1994. - 158 p.

WESTPHALEN (Marie-Hélène). - *Communication : le guide de la communication d'entreprise*. - 3^e édition. Paris : Dunod, 2002. - 420 p.

Ressources humaines et communication

AMBLARD (Henri), BERNOUX (Philippe), HERREROS (Gilles), LIVIAN (Yves-Frédéric). - *Les Nouvelles approches sociologiques des organisations*. - Paris : Le Seuil, 1996. - 258 p.

BARRAUD (Jacqueline), KITTEL (Françoise), MOULE (Martine). - *La Fonction ressources humaines. Métiers, compétences et formation*. - Paris : Dunod, 2000. - 219 p.

BELLIER (Sandra). - *Panorama de la gestion des ressources humaines. Définitions, questions et convictions. De la gestion des individus à la gestion d'un corps social*. - Paris : Liaisons, 2001. - 240 p.

LE GALL (Jean-Marc). - *La Gestion des ressources humaines*. - Paris : PUF, 2002. - 123 p. - (Coll. Que sais-je ? n° 2646.)

PERNOT (Jean-Marie). - *Syndicats : lendemains de crise ?*. - Paris : Gallimard, 2005. - 400p.

Marketing, publicité et communication

CAUMONT (Daniel). - *La Publicité*. - Paris : Dunod, les Topos, 2001. - 118 p.

DELERM (Sophie), HELFER (Jean-Pierre), ORSONI (Jacques). - *Les Bases du marketing*. - Paris : Vuibert, 2002. - 214 p.

HELFER (Jean-Pierre), ORSONI (Jacques). - *Marketing*. - Paris : Vuibert, 2003. - 416 p.

MARTIN (Marc). - *Trois siècles de publicité en France*. - Paris : Odile Jacob, 1992. - 434 p.

MATTELART (Armand). - *La Publicité*. - Paris : La Découverte, 1994. - 128 p.

WOLSKI-QUERE (Murielle). - *Les Métiers du marketing et de la publicité*. - Paris : L'étudiant, 2000. - 222p.

Presse professionnelle : *Stratégies, CB News, LSA, Revue française du marketing*

Internet : www.toutsurlacom.com

Management interculturel et communication

BRETON (Philippe). - *La Parole manipulée*. - Paris : La Découverte, 1997. - 220 p.

ECO (Umberto). - *Le Signe : histoire et analyse d'un concept*. - Bruxelles : Labor/Média, 1988. - 224 p.

JEANNERET (Yves). - *Y a-t-il (vraiment) des technologies de l'information ?* - Paris : Presses Universitaires du Septentrion, 2000. - 135 p.

LECOURT (Dominique). - *Prométhée, Faust, Frankenstein, Fondements imaginaires de l'éthique*. - Paris : Lgf, 1998. - 188 p.

SAINSAULIEU (Renaud) dir. - *L'Entreprise : une affaire de société*. - Paris : FNSP, 1990. - 360 p.

VERBUNT (Gilles). - *La société interculturelle*. - Paris : Le Seuil, 2001. - 281 p.

WINKIN (Yves) Dir. - *La Nouvelle communication*. - Paris : Le Seuil, 2000. - 372 p.

Communication médias et médiatisation

FLICHY (Patrice). - *L'imaginaire de l'internet*. - Paris : La découverte, 2001.

GEORGAKAKIS (Didier) et UTARD (Jean-Michel), dir. - *Science des médias : jalons pour une histoire politique*. - Paris : L'Harmattan, 2001.

LOCHARD (Guy) et SOULAGES (Jean-Claude). - *La communication télévisuelle*. - Paris : Armand Colin, 1998.

OLLIVIER (Bruno). - *Internet, multimédia : ça change quoi dans la réalité ?* - Paris : INRP, 2000.

SOUCHIER (Emmanuel), dir. - « *Du "document numérique" au "textiel"* » in : *Communication & langages* n° 140, 2004

VANDENDORPE (Christian). - *Du papyrus à l'hypertexte : essai sur les mutations du texte et de la lecture*. - Paris : La découverte, 1999.

Le dossier « *Internet vu du journalisme* » in : *Communication & langages*, n° 129.

Sujets des concours 2005

1. Dissertation

Cette épreuve n'ayant encore jamais été proposée aux étudiants, nous vous indiquons le sujet de dissertation 2004, commun à tous les étudiants, mais qui comportait déjà un corpus de documents

On lit dans la **Déclaration universelle de l'Unesco sur la diversité culturelle**, adoptée en novembre 2001 :

« La diversité culturelle élargit les possibilités de choix offertes à chacun ; elle est l'une des sources du développement, entendu non seulement en termes de croissance économique, mais aussi comme moyen d'accéder à une existence intellectuelle, affective, morale et spirituelle satisfaisante ».

Vous devez réfléchir à la façon dont se pense la diversité dans la société aujourd'hui. Vous vous inter-

rogerez notamment sur la façon dont les médias, l'entreprise et les organisations communiquent sur ce thème. Le corpus joint vous est proposé à titre d'illustration.

Vous traiterez ce sujet en faisant appel à toute référence susceptible d'éclairer la question ainsi qu'à votre connaissance de l'actualité sociale, politique et économique.

2. Anglais

Blank filing (10 marks)

Read the text carefully, then choose the best answer (A,B,C,D,E) to fill each space (1>20).

Only one answer is possible for each space.

US slips in luring world's best students from abroad
International Herald Tribune,

December 22 2004

US universities, which for half a century have attracted the world's best and brightest students with little effort, are suddenly facing intense competition(1)..... higher education undergoes rapid globalisation.

Asia-Pacific centres like Taiwan, Hog Kong, Australia and New Zealand, are aggressively recruiting foreign students,(2)..... is Britain.

The European Union, moving methodically to compete with US universities, is(3)..... the Continent's higher education system and offering US-style degree programs taught in English.

Some of the US decline, experts agree, is due to post-September 11 delays in(4)..... student visas. The delays have discouraged many students, not only from the Middle East but also from(5)..... of other nations, from enrolling in the United States. US educators and even some foreign ones say the visa difficulties are helping foreign schools increase their(6)..... of the market.

"International education is big business for all of the Anglophone countries, and the US traditionally has dominated the market without having to try very hard," said Tim O'Brien,(7)..... at Nottingham Trent University in England.

Certainly many US universities continue to be extraordinary global brand names. Shanghai University has compiled an online(8)..... of 500 world universities, using criteria like the number of Nobel Prizes won by faculty members and academic articles published. Of the top 20 on the list, 17 are in the United States. Of the top 500, 170 are in the United States.

During 2002, the most recent year for which comparable(9)..... are available, about 586,000 foreign students were enrolled in US universities, compared with about 270,000 in Britain, the world's second-largest higher education destination, and 227,000 in Germany, the third-largest. Foreign enrolments increased(10)..... 15 percent that year in Britain,

and 10 percent in Germany.

In October 2004, the OECD, in a study, said most countries, including the United States, had customarily tried to attract foreign students as a way of disseminating their nation's core values.

But three other strategies(11)..... in the 1990s, the OECD said. Countries with.....(12).....populations, like Canada and Germany, pursuing a "skilled migration" approach, have sought to recruit talented students in strategic disciplines and to encourage them to settle after(13)..... . Germany subsidises foreign students(14)..... generously(14)..... their education is free.

Australia and New Zealand, pursuing a "revenue generating" approach, treat higher education as an industry and(15)..... foreign students full tuition. They compete effectively in the world market because they offer quality education and the costs of attaining some degrees in those countries are lower than in the United States.

Emerging countries like India, China and Singapore, pursuing a "capacity building" approach, view study abroad by their nation's students as a way of(16)..... future professors and researchers for their own university systems, which are expanding rapidly, the OECD said.

In August, a delegation of education officials from Singapore visited Mary Sue Coleman, president of the University of Michigan. They(17)..... a conference room, set up computers and peppered her with questions about tuition, fund-raising, governance and research, Coleman(18)..... . They wanted to know how Michigan became a prominent university, and how it was run today.

"Eventually(19)..... reap the benefits of this work" Coleman said "and create world-class universities. Other countries are taking the same approach. We're going to have enormous competition. We(20)..... prepared for it."

2. Anglais

1) A, B, C, D, E

- (1) till; when; if as; whereas
- (2) same; as; so; like; likewise
- (3) streamlining; outlining; lightning; swapping
- (4) editing; sticking; processing; pouring out; emitting
- (5) dozen; dozens; the dozen; a dozen; the dozens
- (6) stock; allowance; shape; helping; share
- (7) director's international development; development international director; director international development; director development international; international development director
- (8) level; row; ranking; range; ordering
- (9) sums; diagrams; digits; figures; drawings
- (10) of; for; by; up; at

- (11) have been emerging; emerge; have emerged
have been emerged; emerged
- (12) aging; downsizing; growing up; growing up;
decaying
- (13) knowledge; graduation; diplomacy; courses;
scholarship
- (14) so... that all; the more... that; as... as; even
less... than; more... than
- (15) pay; check; cost; afford; charge
- (16) learning; forming; instituting; training; studying
- (17) got on; went on; went on; took over; landed up;
reached
- (18) reviewed; reached; minded; reminded;
memorised
- (19) there'd; there'll; they are to; they'd; at they'll
- (20) would better be; had be better; would be better
had better be; had been better

Essay (10 marks)

Cellular phones allow individuals to exist, but fail to bring them together.

Knowing that 91% of French young people aged 18-24 own a mobile phone, how do you react to this statement ?

N.B. : Write a minimum of 300 and a maximum of 400 words.