



## Entrée en 3<sup>e</sup> année de Licence année universitaire 2007-2008

### **Communication des Entreprises et des Institutions - Communication Médias et Médiatisation - Magistère de communication (Management et communications interculturelles) - Marketing, Publicité et Communication - Ressources Humaines et Communication**

Le CELSA accueille en 3<sup>e</sup> année de Licence des étudiants ayant suivi avec succès 2 années d'études supérieures. Les candidats s'inscrivent dans l'un des parcours suivants :

- Communication des entreprises et des institutions
- Communication, médias et médiatisation
- Magistère de communication (Management et communications interculturelles)
- Marketing, publicité et communication
- Ressources humaines et communication

### **Conditions d'inscription**

Les étudiants ayant suivi avec succès<sup>(1)</sup> un cycle de deux années d'études supérieures, dans un établissement public ou privé, français ou étranger ou ayant effectué deux années de scolarité d'une classe préparatoire aux grandes écoles (avec reconnaissance d'une équivalence complète des deux premières années de Licence) sont admis à constituer un dossier d'inscription. 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 ou C2, TEF niveau 4 ou encore TCF).

Les étudiants admissibles au concours d'entrée à l'école Normale Supérieure sont dispensés des épreuves écrites (l'année du concours à l'ENS et l'année suivante) ; ils ne s'inscrivent que pour les épreuves orales d'admission dans le parcours de leur choix.

Les étudiants ayant suivi en présentiel durant les années 2005-2006 et 2006-2007 les enseignements de première et deuxième année de Licence à l'université Paris-Sorbonne (Paris IV) dans les parcours

« Lettres, Philosophie, Sociologie, Histoire et Géographie », intéressés par une intégration en 3<sup>e</sup> année de licence au CELSA sont dispensés des épreuves écrites de vérification des connaissances subies par les candidats externes. Ils doivent justifier toutefois de prérequis définis conjointement par le responsable des parcours information et communication et les responsables des parcours concernés en Sorbonne.

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.

### **Processus d'admission**

Des épreuves écrites d'admissibilité précèdent 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, (25 par parcours en 2006) la liste des candidats admis, éventuellement complétée par une liste d'attente. Tous les résultats sont proclamés par parcours.

### **Les épreuves écrites d'admissibilité**

#### **1. Épreuve propre à l'option choisie**

**Dissertation** sur une question de société (coef. 7), durée : 4 heures

Cette épreuve vise à mettre en évidence l'intérêt que porte le candidat aux évolutions contemporaines, dans les domaines social, économique et médiatique... La thématique du sujet sera commune à tous

1. Ils devront être en mesure de présenter l'attestation de réussite lors de la rentrée universitaire.

les parcours mais les supports documentaires (5 pages environ, constitués d'articles de presse, de documents iconiques, d'extraits d'ouvrages) et la question posée pourront être différents.

Les candidats devront répondre à la question posée de façon argumentée en produisant une réflexion personnelle. Cette dernière pourra s'appuyer sur la culture du candidat dans les domaines de l'information et de la communication mais aussi de l'histoire, la littérature etc., sur sa connaissance de l'actualité et enfin sur les documents proposés (ils peuvent aider à la réflexion mais il ne s'agit pas de faire une synthèse de dossier...)

Les copies seront évaluées en fonction de la qualité de la réflexion, la structuration de l'exposé, l'argumentation, la richesse du propos, la pertinence des références et la clarté de l'écriture.

## 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

### a. entretien avec un jury (coef. 8)

Les candidats déclarés admissibles se présentent à un entretien devant la commission d'admission correspondant au parcours choisi.

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 au parcours choisi.

### 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.)

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

CROZIER (Michel), FRIEDBERG (Erhard). - *L'Acteur et le système : les contraintes de l'action collective*. - Paris : Le Seuil, 1994. - 500 p.

MATTELART (Armand). - *Histoire de la société de l'information*. - Paris : La Découverte, 2006. - 124 p.

RIFKIN (Jeremy). - *L'âge de l'accès : la nouvelle culture du capitalisme*. - Paris : La Découverte, 2005. - 395 p.

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

ROMAN (Joël). - *Chroniques des idées contemporaines*. - Rosny-sous-Bois : Bréal, 2000 (2<sup>e</sup> édition)

ROSANVALLON (Pierre). - *La contre démocratie : la politique à l'âge de la défiance*. - Paris : Le Seuil, 2006. - 345 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<sup>e</sup> siècle*. - Paris : La Découverte, Sciences sociales, 2006.

CHARAUDEAU (PATRICK). - *Le discours politique : les masques du pouvoir*. - Paris : Vuibert, 2005. - 246 p.

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

NEVEU (Erik). - *Une société de communication ?* - Paris : Montchrestien, 2006. - 158 p.

WESTPHALEN (Marie-Hélène). - *Communication : le guide de la communication d'entreprise*. - 4<sup>e</sup> édition. Paris : Dunod, 2002. - 420 p.

### Communication médias et médiatisation

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

GABZEWICZ (Jean), SONNAC (Nathalie). - *L'industrie des médias*. - Paris : La découverte, 2006.

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

RIEFFEL (Rémy). - *Que sont les médias ? : pratiques, identités, influences*. - Paris : Folio actuel, 2005.

Le dossier « *Tout peut-il être médias ?* » in : *Communication et langages*, n° 146.

Le dossier « *I* - Paris : La découverte, 2001 - Paris : La découverte, 2001 *Internet vu du journalisme* » in : *Communication & langages*, n° 129.

### Magistère de communication

BRETON (Philippe). - *La Parole manipulée*. - Paris : La Découverte, 2004. - 220 p.

ECO (Umberto). - *Le Signe : histoire et analyse d'un concept*. - Paris : LGF, 1992. - 282 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 : Les empêcheurs de tourner en rond, 2003. - 88 p.

SAINSAULIEU (Renaud) dir. - *L'Entreprise : une affaire de société*. - Paris : FNSP, 1992. - 360 p.

VERBUNT (Gilles). - *La société interculturelle*. - Paris : Le Seuil, 2001. - 280 p.

WINKIN (Yves) Dir. - *La Nouvelle communication*. - Paris : Le Seuil, 2000. - 390 p.

### 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, 2006. - 214 p.

HELPER (Jean-Pierre), ORSONI (Jacques). - *Marketing*. - Paris : Vuibert, 2005. - 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*. - Paris : L'étudiant, 2002. - 222p.

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

Internet : [www.toutsurlacom.com](http://www.toutsurlacom.com)

### Ressources humaines et communication

AMBLARD (Henri), BERNOUX (Philippe), HERREROS (Gilles), LIVIAN (Yves-Frédéric). - *Les Nouvelles approches sociologiques des organisations*. - Paris : Le Seuil, 2005. - 258 p.

BARRAUD (Jacqueline), KITTEL (Françoise), MOULE (Martine). - *La Fonction ressources humaines. Métiers, compétences et formation*. - Paris : Dunod, 2004. - 219 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. - 400 p.

## Sujets des concours 2006

### 1. Dissertation

Catastrophes naturelles, risques technologiques et sanitaires, conflits sociaux, terrorisme..., la société contemporaine est traversée par la thématique de l'insécurité qui apparaît comme une situation globale de menaces abondamment relayée par les médias du monde entier.

La position critique et l'inquiétude de l'opinion publique se nourrissent des controverses entre expertise et praticiens. Dans un contexte d'incertitude généralisée, l'entreprise et les organisations ont à prendre en compte la notion protéiforme de risque et son corollaire le sentiment d'insécurité. Elles communiquent préventivement ou postérieurement à une crise.

Il vous est demandé de réfléchir aux enjeux, aux rôles et aux risques de la communication face à la thématique de l'insécurité. Votre réflexion intégrera des dimensions théoriques et des exemples appliqués ; vous vous focaliserez sur des phénomènes, des situations et des pratiques qui interviennent plus particulièrement dans le champ pour lequel vous postulez (CEI, CMM, MCI, MPC, RHC). Les supports documentaires joints vous sont proposés à titre d'illustration afin d'éclairer votre réflexion.

Consigne : 2 copies doubles maximum

## 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.**

Big gains acceptance. - in : *The New York Times*, January 25 2006

The French are getting fatter, and in January they held a National Weighing Day for children.

A volunteer army of hundreds of pediatricians ..... (1) ..... to more than 80 cities to weigh, measure, interrogate and enlighten.

Roubaix, in northern France, is the fattest region in the country: 51 percent of the population is overweight or obese, according to the most recent national figures, from 2003. The national average is 42 percent. The ..... (2) ..... is most dramatic among children. While adult obesity is rising about 6 percent a year in France, among children the rate of growth is 17 percent. At that rate the French could be as fat as Americans by the year 2020. Just a few years ago, obesity in France was a subject relegated to morning television talk shows and women's magazines. Now the ..... (3) ..... is not only politically correct, it also is political.

When Jean-Marie Le Guen, a doctor and Socialist member of Parliament, began introducing bills on how to stop what he calls France's "epidemic", some of his colleagues ..... (4) ..... him as a nuisance from the fringe. Now he is considered a pioneer.

In September, France enforced a new law banning soda-and-snack vending machines from public schools. The law also banned ..... (5) ..... television and print food advertising and imposed a 1.5 percent tax ..... (6) ..... the advertising budgets of food companies that do not encourage healthy eating. Schools have been urged to have at least one water fountain and provide children ..... (7) ..... a half-hour

of physical exercise a day. But the ..... (8) ..... from the food industry and a lack of political will ..... (9) ..... it impossible to find any deep changes in advertising. More drastic legislation was rejected by the National Assembly, including health warnings on the packages of unhealthy foods, much like alcohol and cigarette warnings. Nutritionists are highly critical of France ..... (10) ..... caloric content on prepared foods, as the United States does. With its universal health care coverage, the government is also interested in cutting medical costs associated with obesity and diabetes. An advertising campaign by the National Collective of Associations of the Obese, an educational and lobbying group, shows an obese nude woman under the ..... (11) ..... "Obesity Kills". About 55,000 people in France die of that cause every year. Some of the reasons ..... (12) ..... the increase ..... (12) ..... obesity are those that ..... (13) 0..... the United States and much of Europe: the lure of fast food, the ubiquity of unhealthy snacks and sedentary lives. McDonald's is more profitable in France than anywhere else in Europe. Sales have increased 42 percent in the past five years. There is something else: the ..... (14) ..... in the classical tradition in which mealtime was a family ritual so disciplined and honored that opening the refrigerator between meals for a child was a crime ..... (15) ..... punishment. Findus, the frozen-food giant, filmed ordinary people ..... (16) ..... a period of time and was shocked by the result. Contrary to the myth that the French spend hours sitting around the table savoring small portions of several ..... (17) ..... , the films showed them eating in front of their television sets, ..... (18) ..... on the phone and even eating alone. In fact, the average French meal, which lasted 88 minutes 25 years ago, lasts 38 minutes today. With all the awareness of obesity, there is also a counter tendency: The French ..... (19) ..... to embrace the large woman.

In January, millions of television viewers voted a short, 75 kilogram, 19-year-old student as the winner of the hit talent show "Star Academy". "Audiences ..... (20) ..... plump girls," she said. "A barrier has been crossed."

### **1) A, B, C, D, E**

- (1) held out; fanned out; camped out; extended; expanded
- (2) trend line; streamline; borderline; deadline; branch line
- (3) outflow; outcome; issue; outlet; question
- (4) disinterested; disturbed; displaced; dismissed; discharged
- (5) mistaken; misplaced; misfit; misleading; mismanaged
- (6) at; of; about; with; on
- (7) about; with; for; during; upon
- (8) backfire ; background ; backlash; turnabout; turnover
- (9) is making ; could have made; made; had made; have made

- (10) for not to require; not requiring; as not to require; as not requiring ; for not requiring
- (11) item; headline; marking; marker; headstone
- (12) with...of; of ...for; about ...to; for...in; in ...for
- (13) deride; endure; plague; alleviate; strive
- (14) breakdown; outline; outlook; breakthrough; heartbreak
- (15) worth to; worthy; worth of; worthy of; worthwhile
- (16) eating on; eating out; eating in; eating for; eating over
- (17) plates; courses; settings; pieces; meals
- (18) where; as; while; since; whether
- (19) began; would have begun; to begin; will have begun; may have begun
- (20) are getting used to seeing; get used to seeing; were getting used to seeing; used to see; usually saw

**Essay (10 marks)**

From next year, England will fall into line with the rest of Britain and many other places around the world by imposing a total ban on smoking in restaurants and bars. Of course, this represents an improvement in lifestyle for non-smokers. But whenever something is banned, a freedom is taken away.

In other words, should we take it for granted and not worry if certain rights or freedoms are given up for some perceived greater good?

Discuss.

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