

Entrée en Master 2^e année Information et communication Année universitaire 2024-2025

En 2^e année, le CELSA Sorbonne Université propose 16 masters :

➤ **Entreprises & institutions**

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

➤ **Médias**

- Master Médias, stratégies et management
- Master Médias, stratégies et numérique
- Master Médias, innovation et création (en apprentissage)

➤ **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)

➤ **Recherche**

Master Communication en transformation – Culture, médias, médiations, organisations

Le concours d'entrée

Les candidates et les candidats doivent obligatoirement avoir choisi le parcours qu'ils souhaitent intégrer au moment de l'inscription. Un seul choix est autorisé.

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 en apprentissage pour lesquelles il faut avoir moins de 30 ans au moment de la signature du contrat avec l'entreprise.

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

Période d'inscription en Master 2 en apprentissage :

➤ du 10 janvier à 12h au 23 février 2024 à 12h

Période d'inscription en Master 2 classique :

➤ du 10 janvier à 12h au 11 mars 2024 à 12h

Période d'inscription en Master Communication en transformation, Culture, médias, médiations, organisations

➤ du 10 janvier à 12h au 19 août 2024 à 12h

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 la plateforme concours du CELSA.
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.

Conditions d'inscription

Sont admis à constituer un dossier d'inscription et d'admissibilité pour l'année universitaire 2024-2025

- **Les étudiantes et les étudiants ayant 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

Sont concernés **les étudiantes et les étudiants de Sorbonne Université**

- **inscrits en Master Recherche de la faculté des Lettres**
- **ou inscrits en Master 2e année de la faculté de Sciences et ingénierie ou de la faculté de Médecine.**

Les étudiantes et les étudiants de Sorbonne Université peuvent s'inscrire au concours d'entrée en Master 2 dans l'une des 16 options de Master 2 en choisissant la "voie interne SORBONNE UNIVERSITÉ".

Ils passent l'épreuve orale d'admission comme les autres candidats.

Ils ne bénéficient pas de place réservée.

Les formations CELSA journalisme ne sont pas concernées.

L'admissibilité

Le dossier d'inscription et d'admissibilité devra être déposé sur la [plateforme numérique](#) dédiée au concours du CELSA.

Il est composé de deux parties :

- Un dossier administratif comprenant les éléments suivants :

- Une pièce d'identité (format pdf)
- Le certificat de scolarité de l'année en cours ou diplôme de Master 1 (format pdf)
- La photocopie du DELF, TEF niveau 4, TCF, SELFEE pour les étudiants non francophones (format pdf)
- La notification de l'avis d'attribution de bourse sur critères sociaux le cas échéant
- L'attestation de handicap le cas échéant (certificat médical, carte d'invalidité...)
- Le 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.*

- Un dossier donnant lieu à l'évaluation de la candidature comprenant les éléments suivants :

- Les bulletins de notes de Licence 3 ou Master 1 ou équivalent (format pdf)

- Le questionnaire de motivation (disponible en ligne), sauf pour le M2 Communication en transformation – Cultures, médias, médiations, organisations.
- Le curriculum vitae (format pdf)
- 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 (format pdf), sauf pour le M2 Communication en transformation
- **Les candidats pour le Master Communication en transformation – Culture, médias, médiatisations, organisations, sont exemptés du questionnaire de motivation et de la présentation d'une réalisation, mais doivent transmettre leur projet de recherche synthétisé en 3 pages maximum.**

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 leur dossier, 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 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
- Pour le Master Communication en transformation – Culture, médias, médiatisations, organisations, les candidat(e)s admissibles sont invité(e)s à commenter leur projet de recherche devant la commission d'admission.

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 candidats seront informés des résultats par mail personnalisé, via la plateforme concours

➤ **Mardi 23 avril 2024 – 14h** pour les master 2 en apprentissage

Rentrée le lundi 9 septembre 2024

➤ **Mercredi 29 mai 2024 – 14h** pour les master 2 « classique »

Rentrée le mardi 10 septembre 2024

➤ **Mercredi 4 septembre 2024 – 16h** - pour le Master Communication en transformation – Culture, médias, médiations, organisations

Rentrée le lundi 16 septembre 2024

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, elles/ils pourront être interrogé(e)s à propos de deux ouvrages de la sélection suggérée pour le domaine professionnel envisagé.

Les candidates et les candidats peuvent compléter ces lectures par leur propre bibliographie et la lecture régulière de la presse économique, sociale et culturelle.

La bibliothèque du CELSA ne pouvant accueillir que les étudiantes et les étudiants en cours de scolarité, il est rappelé que les ouvrages peuvent être consultés, entre autres, dans les bibliothèques suivantes :

- ▶ la BPI (Beaubourg)
- ▶ la bibliothèque Sainte-Geneviève (Place du Panthéon)
- ▶ la Documentation Française
- ▶ les bibliothèques universitaires
- ▶ la Bibliothèque Nationale de France, Tolbiac Haut-de-jardin

Entreprises & institutions

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

AIM, (Olivier) *Les théories de la surveillance. Du panoptique aux Surveillance Studies*, Collection U, Armand Colin, 2020

ALMEIDA (Nicole d'), *La société du jugement*, PUF, 2012.

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

BADOUARD (Romain), MABI (Clément) et MONNOYER-SMITH (Laurence), « Arènes du débat public » (dossier), *Questions de communication*, n°30, 2016.

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

CATELLANI (Andrea), SAUVAJOL-RIALLAND (Caroline), *Les Relations publiques*, Dunod, 2015.

CHARBONNEAUX (Juliette), DEVARS (Thierry), MOREIRA CESAR (Camila), PAWLESKI (Léa), RONDOT (Camille), *Communication politique. Les clés essentielles pour comprendre la communication politique grâce à une approche pédagogique unique*. Pearson, 2019.

HELLER (Thomas), HUËT (Romain) et VIDAILLET (Bénédicte), *Communication & organisation : perspectives critiques*. Presses universitaires du Septentrion, 2013.

LEPINE (Valérie), MARTIN-JUCHAT (Fabienne), MILLET-FOURRIER (Christelle), *Acteurs de la communication des entreprises et organisations. Pratiques et perspectives*, Presses universitaires de Grenoble, 2014.

➤ **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

FOURQUET (Jérôme), *La France sous nos yeux*, 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

REILLE SOULT, Véronique, *L'ultime pouvoir. La face cachée des réseaux sociaux*, Ed du Cerf, 2023

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 »**

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

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

AUBRUN (Frédéric), MARTI (Caroline), PATRIN-LECLERE (Valérie), « [Usages et pratiques de la publicitarisation](#). Enjeux économiques et symboliques des relations actuelles entre marques et médias », *Communication & Management*, 2021/3, Vol 18

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 tendances*, Ellipse, 2022

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.

KUNERT (Stéphanie), *Publicité, Genre et Stéréotypes*, Fontenay-le-Comte, Lussaud, coll. L'Impensé contemporain, 2013, 197 pages

MARTI (Caroline), *Les médiations culturelles des marques. Une quête d'autorité*, Broché 2019

MARTI DE MONTETY Caroline, « Les marques, acteurs culturels - dépublicitarisation et valeur sociale ajoutée », *Communication & Management*, 2013/2 (Vol. 10), p. 22-32.

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

Médias

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

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 (Emmanuel)., 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.

GRISON (Thibault), JULLIARD (Virginie), ALIE (Félix), ECREMENT (Victor). « La modération abusive sur Twitter. Étude de cas sur l'invisibilisation des contenus LGBT et TDS en ligne », *Réseaux*, n°237, p.119-149, 2023.

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). « Communauté politique, sémiotique, émotionnelle. Ce que la circulation des images révèle de la structuration de la mobilisation anti genre sur Twitter », *Communication & Langages*, n°212, p.131-153, 2022.

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

LÉCOSSAIS (Sarah), « Défaire l'ordre du discours. Éléments pour une approche discursive des séries télévisées », *Communication & langages*, n° 212, p. 49-62, 2022.

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.

QUEMENER (Nelly), « De l'approche critique des représentations aux dynamiques affectives. Saisir les phénomènes d'intensification des échanges sur la chaîne YouTube de Dieudonné », *Communication & langages*, 2022/2 (N° 212), p. 113-129.

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.

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

D'ALMEIDA (Nicole). *Les promesses de la communication*. Paris, PUF, 2006.

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

LE GALL (Jean-Marc). – *La Gestion des ressources humaines*. – 11^e édition. Paris : PUF, 2023.

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

SEGRESTIN (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

Collectif. – *Que sait-on du travail ?* Paris : Presses de **Sciences Po**, 2023.

Le Magistère

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

BARTHES (Roland), Mythologies, Seuil, 1970

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

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

CHAUMIER (Serge), MAIRESSE (François), La médiation culturelle, Armand Colin, 2013

DAVALLON (Jean), Le Don du patrimoine : Une approche communicationnelle de la patrimonialisation, Hermès Science-Lavoisier, 2006

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

ESCANDE-GAUQUIE (Pauline), Les défis numériques du cinéma français. Renouveau ou mort programmée ?, Atlante, 2021

GLEVAREC (Hervé), MACE (Éric), MAIGRET (Éric). – Cultural Studies. Anthologie. – Paris : Armand Colin, 2008

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

WINKIN (Yves), Réinventer les musées ? MkF éditions, 2020

Communication en transformation

BACHELARD (Gaston). *La formation de l'esprit scientifique. Contribution à une psychanalyse de la connaissance objective*. Paris : Librairie philosophique J. Vrin, coll. : « Bibliothèque des textes philosophiques », (1934), 1967

- BERTHELOT (Jean-Michel).** *Épistémologie des sciences sociales.* Paris : Presses Universitaires de France, 2011
- BERTHELOT-GUIET, (Karine), MARTI, (Caroline), PATRIN-LECLERE, (Valérie),** *La fin de la publicité ? Tours et contours de la dépublicitarisation.* Paris : Le Bord de l'eau, 2014
- BOUQUILLON, (Philippe), MIEGE, (Bernard), MOEGLIN, (Pierre),** *L'industrialisation des biens symboliques : les industries créatives en regard des industries culturelles.* Grenoble : PUG, 2013
- CORBILLÉ, (Sophie), FANTIN, (Emmanuelle), WRONA, (Adeline),** *Paris capitale médiatique : ville et presse au XXe siècle .* Vincennes : Presses Universitaires de Vincennes, 2022
- CPDirSic,** 2018. *Dynamiques des recherches en sciences de l'information et de la communication.* Metz : CPDirSic,
- BOURE (Robert, coord.).** *Les origines des SIC, regards croisés,* Lille : Presses Universitaires du Septentrion : 2002
- CERVILLE (Maxime, Dir.), JULLIARD (Virginie, dir.) QUEMENER (Nelly).** *Le genre des controverses. Questions de communication 39,* Nancy : PUN, 2018
- FARCHY (Joëlle), FROISSART (Pascal), MEADEL (Cécile).** *Sciences.com – libre accès et science ouverte.* Hermès, CNRS-Éditions, 2010
- JEANNERET (Yves),** *Penser la trivialité, La vie triviale des êtres culturels,* Paris : Hermès Lavoisier, 2008.
- JEANNERET (Yves), OLIVIER (Bruno),** *Les sciences de l'information et de la communication, Hermès la revue, n° 38, 2004*
- LAMBERT (Frédéric).** *L'écriture en recherche.* Paris : Parcours SIC Éditions, 2007
- OLIVESI (Stéphane, coord.).** *Les Sciences de l'information et de la communication,* Paris : PUG, 2013
- SEURRAT (Aude, coord.).** *Écrire un mémoire en sciences de l'information et de la communication. Récits de cas, démarches et méthodes,* Paris : Presses de la Sorbonne Nouvelle, 2013
- SOUCHIER (Emmanuel), CANDEL (Etienne), JEANNE-PERRIER (Valérie), GOMEZ-MEJIA (Gustavo).** *Le numérique comme écriture. Théories et méthodes d'analyse,* Paris : Armand Colin, 2019

Origine des étudiants

Les profils sont très divers, principalement :

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

Statistiques

2023 : inscrits (402 voie classique, 20 voie interne SU, 14 CEF)
admis (114 voie classique, 8 voie interne SU, 3 CEF)

2022 : 705 inscrits (639 voie classique, 1 BLSES, 45 voie interne SU, 20 CEF)
174 admis (160 voie classique, 1 BLSES, 13 voie interne SU, 6 CEF)

Prochaine JPO

Samedi 13 janvier 2024 de 10h00 à 18h00 en présentiel et en live

Pour toute question :

- ▶ Service information du CELSA / Catherine Jolis
01 46 43 76 02 / catherine.jolis@sorbonne-universite.fr
- ▶ Groupe Facebook du BDE
<https://www.facebook.com/groups/celsa.concours>