

Il est conseillé aux candidats de compléter leurs connaissances du domaine par des lectures, des entretiens avec des professionnels.

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 complétera utilement par la lecture régulière de la presse économique, sociale et culturelle, la presse quotidienne (pages internationales, communication,...).

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)
- les bibliothèques universitaires
- les bibliothèques municipales
- la Bibliothèque Nationale de France

Master Ressources humaines, management et organisations

ALMEIDA (Nicole d'), Libaert (Thierry). – *La communication interne des entreprises*. – 8^e édition. – Paris : Dunod, 2018, 126 p. – (Coll. Les Topos)

CADIN (Loïc), GUERIN (Francis), PIGEYRE (Frédérique). – *Gestion des ressources humaines – pratiques et éléments de théories*. – 4^e édition. – Paris : Dunod, 2012, 726 p.

CHARPENTIER (Jean-Marie), BRULOIS (Vincent). – *Refonder la communication en entreprise : de l'image au social*. – Limoges : Fyp, 2013, 191 p. – (Coll. Entreprendre)

DUJARIER (Marie-Anne). – *L'idéal au travail*. – 2^e édition. – Paris : PUF, 2012, 291 p. – (Coll. Quadrige, Essais, débats)

LE GALL (Jean-Marc). – *La gestion des ressources humaines*. – 10^e édition. – Paris : PUF-Humensis, 2018, 127 p. – (Coll. Que sais-je ? Économie n° 2646)

MÉDA (Dominique). – *Le travail : une valeur en voie de disparition ? – Nouvelle édition*. – Paris : Flammarion, 2010, 395 p. – (Coll. Champs essais)

RAY (Jean-Emmanuel). – *Droit du travail, droit vivant 2020*. – 28^e édition. – Paris : Editions Liaisons, 2019, 471 p. – (Coll. Droit vivant)

TIXIER (Pierre-Éric) (dir.). – *Ressources humaines pour sortie de crise*. – Paris : Presses de Sciences Po, 2010, 230 p.

Revues spécialisées

- Communication et Organisation
(en ligne : journals.openedition.org/communicationorganisation/)
- Entreprise & Carrières
- Gérer et comprendre
(en ligne : www.anales.org/gc/tab-gc.html)
- Liaisons sociales quotidien
- Liaisons sociales magazine
- Personnel
- Revue française de gestion
(en ligne : <http://www.cairn.info/revue-francaise-de-gestion.htm>)
- Sciences humaines
- Sociologies pratiques
(en ligne : <http://www.cairn.info/revue-sociologies-pratiques.htm>)

Marque et stratégies de communication

BARTHES (Roland). – *Mythologies*. – Paris : Éditions Points, 2014, (1^{ère} édition 1957). – 272 p. – (Coll. Points Essais ; 10)

BAUDRILLARD (Jean). – *La société de consommation : ses mythes, ses structures*. – Paris : Gallimard, 1986, 318 p. – (Coll. Folio Essais ; 35)

BERTHELOT-GUIET (Karine). – *Paroles de pub : la vie triviale de la publicité*. – Éditions non standard, 2013, 336 p. – (Coll. SIC ; 01)

BOUGNOUX (Daniel). – *Introduction aux sciences de la communication*. – Nouvelle édition. – Paris : La Découverte, 2009, 124 p. – (Coll. Repères ; 245)

FLOCH (Jean-Marie). – *Sémiotique, marketing et communication. Sous les signes, les stratégies*. – Paris : Presses Universitaires de France, 2002, 256 p. – (Coll. Formes sémiotiques)

GALLUZZO (Anthony). – *La fabrique du consommateur. Une histoire de la société marchande*. Paris : Zones. 2019. 260 p.

HEILBRUNN (Benoît). – *La marque*. – 4^e édition. – Paris : PUF-Humensis, 2017, 126 p. – (Coll. Que sais-je ? Économie ; 255)

MARTI (Caroline). – *Les médiations culturelles des marques : une quête d'autorité*. Londres : ISTE, 2019, 252 p.

PARISE (Fanny). – *Le mythe de la consommation responsable. Vers un nouvel âge d'or de la société de consommation*. Clichy : éditions Marie B, 2022, 200 p.

PATRIN (Valérie), MARTI de MONTETY (Caroline), BERTHELOT-GUIET (Karine). – *La fin de la publicité ? Tours et contours de la dépublicitarisation*. – Lormont : Bord de l'eau, 2014, 244 p. – (Coll. Mondes marchands)

« Les ressorts de la consommation. Consommer, donner, s'adonner », *Revue du MAUSS*. – Paris : La Découverte, 2014/2 (n° 44), 380 p. (en ligne : www.cairn.info/revue-du-mauss-2014-2.htm)

« Usages et pratiques de la publicitarisation. Enjeux économiques et symboliques des relations actuelles entre marques et médias », *Communication & Management*. – Paris : ESKA, 2021/2 (n° 18), 138 p. (en ligne : <https://www.cairn.info/revue-communication-et-management-2021-2.htm>)

Ouvrages conseillés aux personnes n'occupant pas ou pas encore des fonctions de marketing.

AMSTRONG (Gary), KOTLER (Philippe). – *Principes de marketing*. – 15^e édition. – Montreuil : Pearson France, 2022, 544 p.

Revues spécialisées

L'ADN (www.ladn.eu)

CB News (www.cbnews.fr)

Influencia (www.influencia.net)

LSA

Stratégies (www.strategies.fr)

Entreprises, institutions et stratégies

AIM (Olivier), BILLIET (Stéphane) (dir.). – *Communication*. – Paris : Dunod, 2015, 286 p. – (Coll. Openbook)

ALLOING (Camille). – *[e]réputation : médiation, calcul, émotion*. – Paris : CNRS édition, 2016, 279 p.

ALMEIDA (Nicole d'), Libaert (Thierry). – *La communication interne des entreprises*. – 8^e édition. – Paris : Dunod, 2018, 126 p. – (Coll. Les Topos)

ALMEIDA (Nicole d'). – *La société du jugement : essai sur les nouveaux pouvoirs de l'opinion*. – Paris : Armand Colin, 2007, 252 p.

BILLIET (Stéphane). – *Les relations publics : refonder la confiance entre l'entreprise, les marques*. – 2^e édition. – Paris : Dunod, 2017, 249 p. – (Coll. Marketing/communication)

BOUGNOUX (Daniel). – *Introduction aux sciences de la communication*. – Nouvelle édition. – Paris : La Découverte, 2009, 124 p. – (Coll. Repères ; 245)

Revues spécialisées

Communication et Organisations

(en ligne : journals.openedition.org/communication-organisation/)

Communication et Langages

(en ligne : www.cairn.info/revue-communication-et-langages.htm)

Hermès

(en ligne : www.cairn.info/revue-hermes-la-revue.htm)

Sciences humaines