

CELSA COMMUNICATION : Masters Entreprises, institutions et risque – Le Magistère, management et cultures créatives – Marque, innovation et création – Marque et stratégies de communication – Médias, innovation et création – Ressources humaines, management et organisations – Conseil, management et organisations

Il est vivement 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 pas exhaustive. Le candidat peut constituer sa propre bibliographie qu'il complètera utilement par la lecture régulière de la presse nationale, économique, sociale, culturelle, les sites ou blogs spécialisés.

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

CELSA COMMUNICATION :
Master Entreprises, institutions et risque

AÏM (Olivier), BILLIET (Stéphane). – *Communication*. – Paris : Dunod, 2015. – 286 p.

GUIGO (Pierre-Emmanuel), CHARBONNEAUX (Juliette), DEVARS (Thierry), MOREIRA CESAR (Camila), PAWELSKI (Léa), RONDOT (Camille). – *Communication politique*. – Paris : Pearson, 2019. – 160 p.

Ces deux premiers ouvrages sont vivement conseillés.

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

La communication transparente. L'impératif de la transparence dans le discours des organisations., éd. Catellani, Andrea ; Libaert, Thierry ; Crucifix, Audrey ; Hambursin, Christine, Presses universitaires de Louvain : Louvain-la-Neuve, 2015.

BECK (Ulrich). – *La société du risque. Vers une nouvelle modernité*. – Paris : Flammarion, 2001. – 521 p.

BILLIET (Stéphane). – *Les relations publiques*. – Paris : Dunod, 2^e édition, 2017. – 240 p.

LIBAERT (Thierry). – *La Communication de crise*. – Paris : Dunod, 5^e édition, 2020.

Revue spécialisée à consulter

Communication et Organisations
Communication & langages
Débat
Revue Française du Marketing
Presse quotidienne

Sites web à consulter :

www.communication-sensible.com
www.iris.org (site de l'IRIS)
www.huyghe.fr (spécialiste de l'info stratégie, des rapports entre pouvoir et information)

Le Magistère management et cultures créatives

ALMEIDA (Nicole d'). – *Les promesses de la communication*. – Paris : PUF, 2012. – 264 p.

BARTHES (Roland). – *Mythologies*. – Paris : Seuil, 1970. – 251 p.

BOUGNOUX (Daniel). – *Introduction aux sciences de la communication*. – Paris : La Découverte, 2018. – 128 p. – (Coll. Repères n° 245) Nouvelle édition

HEILBRUNN (Benoît). – *La Marque*. – Paris : PUF, 2017. – 128 p. – (Coll. Que sais je ?)

CERVILLE (Maxime), QUEMENER (Nelly). – *Cultural Studies*. – Paris : Armand Colin, 2015. – 156 p.

WINKIN (Yves). – *La nouvelle communication*. – Paris : Seuil, 2000. – 390 p. (Coll. Points)

Revue spécialisée à consulter

Communication et Langages

Master Marque, innovation et création

BARTHES (Roland). – *Mythologies*. – Paris : Seuil, 1970. – 251 p.

BAUDRILLARD (Jean). – *La société de consommation : ses mythes, ses structures*. – Paris : Gallimard, 1970. – 318 p.

BERTHELOT-GUIET (Karine). – *Paroles de pub. La vie triviale de la publicité.* – Le Havre : Éditions Non Standard, 2013. – 336 p.

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

BOUGNOUX (Daniel). – *Introduction aux sciences de la communication.* – Paris : La Découverte, 2009. – 128 p. – (Coll. Repères n° 245). Nouvelle Edition

BOURDIEU (Pierre). – *La distinction : critique sociale du jugement.* – Paris : Minuit, 1979. – 670 p.

COCHOY (Franck). – *De la curiosité, l'art de la séduction marchande.* – Paris : Armand Colin, 2011 – 228 p.

DUJARIER (Marie-Anne). – *Le travail du consommateur.* – Paris : La Découverte, 2014. – 252 p.

HEILBRUNN (Benoît). – *La consommation et ses sociologies.* – Paris : Armand Colin, 3^e édition, 2015. – 128 p.

JEANNERET (Yves). – *Critique de la trivialité. Les médiations de la communication, enjeu de pouvoir.* – Le Havre : Éditions Non Standard, 2014. – 784 p.

LEBTAHI (Yannick), MINOT (Françoise). – *La Publicité aujourd'hui. Discours, formes et pratiques.* – Paris : L'Harmattan, 2009. – 353 p.

MARTIN (Marc). – *Trois siècles de publicité en France.* – Paris : Odile Jacob, 1992. – 432 p.

BAYNAST (Arnaud de), LENDREVIE (Jacques). – *Publicitor : de la publicité à la communication intégrée.* – Paris : Dalloz, 2014. – 651 p.

HEILBRUNN (Benoît). – *La Marque.* – Paris : PUF, 4^e édition, 2017. – 128 p. – (Coll. Que sais-je ?)

KOTLER (Philip), KELLER (Kevin), MANCEAU (Delphine). – *Marketing management.* – Paris : Pearson Education, 15^e édition, 2015. – 912 p.

LEWI (Georges), LACOEUILHE (Jérôme). – *Branding Management : la marque de l'idée à l'action.* – Paris : Pearson Education, 3^e édition, 2012. – 568 p.

Revues spécialisées

Revue Française du Marketing
 CB News (Communication et Business)
 Décisions marketing
 LSA
 Recherches et Applications Marketing
 Stratégies

Master 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>)

Revues spécialisées

L'ADN (www.ladn.eu)
 CB News (www.cbnews.fr)
 Influencia (www.influencia.net)
 LSA
 Stratégies (www.strategies.fr)

Master Médias, innovation et création

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

AÏM (Olivier) et BILLIET (Stéphane). – *Communication.* – Paris : Dunod, 2015. – 286 p.

CITTON (Yves). – *Médiarchie*. – Paris : Seuil, 2017
 DESTERBECQ (Joëlle), LITS (Marc). – *Du récit au récit médiatique*. – Louvain-la-Neuve : De Boeck Supérieur, 2^e édition, 2017.

DEVARS (Thierry). – *La politique en continu. Vers la « BFMisation » de la communication ?* – Paris : Les Petits Matins, 2015.

JEANNERET (Yves). – *Penser la trivialité*. . – Paris : Éditions Hermès, médiation et construits sociaux, 2008. – 266 p. (Coll. Communication)

SEPULCHRE (Sarah). – *Décoder les séries télévisées*. – Éditions De Boeck, 2017. – (Coll. info-com)

RIEFFEL (Rémy). – *Que sont les médias ?* – Paris : Gallimard, 2005. – 544 p. – (Coll. Folio actuel)

SOUCHIER (Emmanuel), CANDEL (Étienne), GOMEZ-MEJIA (Gustavo), avec la collaboration de JEANNE-PERRIER (Valérie). – *Le Numérique comme écriture. Théories et méthodes d'analyse*. – Paris : Armand Colin, 2019

Revue spécialisée à consulter

Communication et Langues

« Tout peut-il être média ? » (Dossier), *in* : Communication et langues, n° 146, 2005.

Master Ressources humaines, management et organisations

Master Conseil, management et organisations

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, 344 p.

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

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

LE GALL, (Jean-Marc). – *La gestion des ressources Humaines*. – Paris : PUF, 2011.

OLIVESI (Stéphane). – *La communication au travail. Une critique des nouvelles formes de pouvoir dans les entreprises*. – Grenoble : Presses Universitaires de Grenoble, 2006. – 198 p.

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.

Revue spécialisée

Gérer & comprendre

Liaisons Sociales/Liaisons Sociales Magazine

Personnel Revue française de gestion

Entreprise & Carrières

Enjeux Les Echos

Associations représentatives

AFCI – Association Française de Communication Interne

AGRH – Association francophone de Gestion des Ressources Humaines

ANDRH -Association Nationale des DRH

COM-ENT – Communication et Entreprises

Syntec Conseil