

Bibliographie indicative pour préparer le concours d'entrée en 3^e année de licence Information et communication du CELSA

Les processus d'admission en 3^e année de licence au CELSA, tous sélectifs, permettent de choisir les candidates et candidats au regard des critères suivants : leur parcours académique, leurs projets à venir, leurs compétences rédactionnelles et orales et bien sûr leur capacité d'analyse des faits contemporains, notamment ceux en lien avec la communication. La curiosité pour l'actualité, les grands enjeux contemporains, la capacité d'analyse des événements et des processus, mais aussi les intérêts, engagements ou passions personnels sont donc autant d'éléments auxquels les jurys sont attentifs.

Afin de se préparer au concours du CELSA, une bibliographie indicative est proposée, constituée d'ouvrages généraux et d'ouvrages liés au choix du parcours. Ces ouvrages pourront être utilisés dans le cadre des épreuves d'admissibilité et d'admission, et donner lieu à un échange avec le jury. La bibliographie est indicative, et les candidates et candidats sont invités à lire d'autres ouvrages pour se préparer.

Licence Information et communication, ouvrages communs à l'ensemble des parcours

Aim (Olivier) et Billiet (Stéphane), *Communication*, Paris, Dunod, 2020.

Barthes (Roland), *Mythologies*, Paris, Seuil, 1970.

Bougnoux (Daniel), *Introduction aux sciences de la communication*, Paris, La Découverte, 2001.

Cervulle (Maxime) et Quemener (Nelly), *Cultural Studies. Théories et méthodes*, Paris, Armand Colin, 2018.

Froissart (Pascal), *La Rumeur. Histoire et fantasmes*, Paris, Éditions Belin, 2010.

Jeanneret (Yves) et Ollivier (Bruno), *Les Sciences de l'information et de la communication*, *Hermès*, n°38, CNRS Editions, 2004.

Habermas (Jürgen), *L'Espace public. Archéologie de la publicité*, Paris, Payot, 1993 [1962].

Hall (Stuart), *Identités et cultures : politiques des cultural studies*, Paris, Éditions Amsterdam, 2008.

Julliard (Virginie) et Saemmer (Alexandra), « Étudier les communautés interprétatives et émotionnelles. Bricolages méthodologiques », *Communication & Langages*, n°212, 2022.

Patrin (Valérie), Marti de Montety (Caroline), Berthelot-Guiet (Karine), *Fin de la publicité ? Tours et contours de la dépublicitarisation*, Paris, Le Bord de l'eau, 2014.

Wrona (Adeline), *Face au portrait. De Sainte-Beuve à Facebook*, Paris, Hermann, 2012.

Licence Information et communication, parcours Culture et communication

Aïm (Olivier), *Les Théories de la surveillance. Du panoptique aux Surveillance Studies*, Paris, Armand Colin, 2020.

Benjamin (Walter), *L'œuvre d'art à l'époque de sa reproductibilité technique*, Paris, Édition Payot, Rivages, 2017.

Escande-Gauquié (Pauline) et Naivin (Bertrand), *Comprendre la culture numérique*, Paris, Atlande, 2019.

Glevarec (Hervé), Macé (Éric), Migret (Éric), *Cultural Studies. Anthologie*, Paris, Armand Colin, 2008.

Le Marec (Joëlle), *Musées, mutations...*, Dijon, Ocim, 2019.

Winkin (Yves), *Anthropologie de la communication. De la théorie au terrain*, Seuil, collection « Points », 2000.

Licence Information et communication, parcours Entreprises et institutions

Aldrin (Philippe) et Hubé (Nicolas), *Introduction à la communication politique*, Louvain-la-Neuve, De Boeck Editions, 2022.

D'Almeida (Nicole), *Les Promesses de la communication*, Paris, PUF, 2006.

Billiet (Stéphane), *Les relations "publics". Refonder la confiance entre l'entreprise, les marques*, Paris, Dunod, 2017.

Charbonneaux (Juliette), Devars (Thierry), Guiguo (Pierre-Emmanuel), Libaert (Thierry), *Communication politique*, Pearson, 2019.

Kerleo (Jean-François), *Influence, contrôle et légitimité des représentants d'intérêts*, Paris, LGDJ, 2020.

Mercier (Arnaud) (dir.), *La Communication politique*, Paris, Hermès, CNRS Editions, 2008.

Neveu (Erik), *Une société de communication ?*, Paris, Montchrestien, 2006.

Licence Information et communication, parcours Marque

Barthes (Roland), *L'aventure sémiologique*, Points, Essais, 1991 [1985].

Baudrillard (Jean), *Le système des objets*, Folio, Essais, 1986 [1968].

Baudrillard (Jean), *La société de consommation*, Folio, Essais, 2001 [1986].

Féré (Julien) (dir.), *Les dessous du marketing et de la communication. Cartographie des imaginaires*, Paris, Ellipses, 2019.

PUBLICATIONNAIRE, *Dictionnaire encyclopédique et critique des publics*. Définitions : Consommateur, Influenceurs, Marketing... URL : <http://publicationnaire.huma-num.fr>

Licence Information et communication, parcours Médias

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

Barats (Christine), *Manuel d'analyse du web*, Paris, Armand Colin, 2017.

Citton (Yves), *Médiarchie*, Paris, Seuil, 2017.

Flichy (Patrice), *L'Imaginaire d'internet*, Paris, La Découverte, 2001.

Licence Information et communication, parcours Ressources humaines et conseil

D'Almeida (Nicole) et Libaert (Thierry), *La Communication interne des entreprises*, Paris, Dunod, 2024.

Corbillé (Sophie) et Tassel (Julien), « Patrons, au travail ! De la quête du travail 'réel' à l'affirmation de la figure de décideur dans une émission de télé-réalité », dans Wrona (A.) et Seignobos (E.) (dir.), *La fabrique de l'autorité. Figures des décideurs en régime médiatique*, Paris, Les Petits Matins, 2017, p.125-139.

Bourgouin (Alaric), *Les Equilibristes. Une ethnographie du conseil en management*, Paris, Presses des Mines, 2015.

Hamant (Olivier), *Antidote au culte de la performance*, Paris, Gallimard, 2023.

Le Gall (Jean-Marc), *La Gestion des ressources humaines*, Paris, PUF, 2023.

Winkin (Yves), *La nouvelle communication*, Paris, Seuil, 2014.